

**UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC**  
**SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL - SENAI**  
**CURSO DE TECNOLOGIA EM DESIGN DE MODA**

**MABEL DOMINGOS VECCHIETTI**

**A MODA COMO MEIO CONDUTOR PARA O DESENVOLVIMENTO**  
**DA AUTOESTIMA DE UMA MULHER**

**CRICIÚMA**

**2019**

**MABEL DOMINGOS VECCHIETTI**

**A MODA COMO MEIO CONDUTOR PARA O DESENVOLVIMENTO  
DA AUTOESTIMA DE UMA MULHER**

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado  
para obtenção do grau de Tecnólogo no Curso  
de Design de Moda da Universidade do Extremo  
Sul Catarinense, UNESC/SENAI.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Ana Paula Voichinevski  
Milanese

**CRICIÚMA**

**2019**

**MABEL DOMINGOS VECCHIETTI**

**A MODA COMO MEIO CONDUTOR PARA O DESENVOLVIMENTO  
DA AUTOESTIMA DE UMA MULHER**

Trabalho de Conclusão de Curso aprovado pela Banca Examinadora para obtenção do Grau de Tecnólogo, no Curso de Design de Moda da Universidade do Extremo Sul Catarinense, UNESC/SENAI, com Linha de Pesquisa em Cultura e Historicidade- Aspectos Sócio Culturais para a Moda

Criciúma, 24 de junho de 2019.

**BANCA EXAMINADORA**

Profª. Ana Paula Voichinevski Milanese- Especialista –  
(Senai/Unesc) - Orientadora

Prof. Charlene Vicente Amâncio Nunes - Mestre - (Senai/Unesc)

Prof. Jadsnara Lunardi Brognara - Especialista - (Senai/Unesc)

**CRICIÚMA**

**2019**

*“Vestir é o gesto diário de colorir a alma”*

(Cris Guerra).

## **DEDICATÓRIA**

À Moisés M. Antunes pessoa com quem amo  
partilhar a vida. Obrigada pelo carinho a  
paciência e por sua capacidade de me trazer  
paz na correria de cada semestre.

## **AGRADECIMENTOS**

Primeiramente a Deus que permitiu que tudo isso acontecesse ao longo de minha vida, e não somente nestes anos como universitária, mas que em todos os momentos é o maior mestre que alguém pode conhecer.

A minha orientadora Ana Paula Voichinevski Milanese por todo apoio e paciência ao longo da elaboração da minha pesquisa.

A professora Marcia Trevisol, por todos os conselhos e ajuda a elaboração do meu TCC.

Aos meus amigos de trabalho e parceiros de pesquisa, por toda a ajuda e apoio durante este período tão importante da minha formação acadêmica.

Ao meu companheiro Moises Moraes Antunes por todo o incentivo e dedicação ao longo desses anos.

A todas as pessoas que direta ou indiretamente contribuíram para a realização da minha pesquisa.

Meu muito obrigado.

## RESUMO

O presente estudo teve o objetivo de analisar relatos de vivências com looks de moda de três mulheres da cidade de Criciúma, verificando se os mesmos propiciam um aumento da autoestima numa mulher de classe média de Criciúma/SC. A problemática nasce a partir da interrogativa que se estabeleceu, onde uma composição visual de looks poderia interferir na autoestima de uma mulher. Para isso foram estudadas raízes da psicologia da moda e estabelecidas relações entre moda e autoestima e autoestima e autoimagem. Deste modo analisando o reflexo das roupas na autoestima do usuário. Foram coletados dados de três indivíduos, mulheres com a média de idade de 41 anos, que foram orientadas a fazer uma autoanálise após o uso de cinco looks de moda do acervo pessoal de cada participante. Estes foram propostos juntamente com a pesquisadora, com base em dados coletados anteriormente através de formulário de entrevista. Os cinco looks foram usados num período de sete dias. Com base nestes relatos foram analisados separadamente as participantes afim de identificar pontos que indicassem um aumento da autoestima destas. Os resultados encontrados foram que, embora não se possa afirmar que houve um aumento na autoestima das participantes, pode-se afirmar uma melhora geral de sentimentos como autoconfiança, aceitação positiva de si, segurança, alegria e conforto em todas as amostras do estudo. Sentimentos estes que segundo estudos contribuem para o aumento da autoestima.

**Palavras-chave:** Autoestima; Moda; Subjetividade; Roupas.

## **LISTA DE FIGURAS**

Figura 1 - Looks usados pela participante da amostra M.M.A.....	34
Figura 2 - Looks usados pela participante da amostra S.D.P.....	37
Figura 3 - Looks usados pela participante da amostra V.R.D .....	41



## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>2 MODA E SUBJETIVIDADE .....</b>	<b>13</b>
2.1 O SIGNIFICADO SIMBÓLICO DAS ROUPAS E AS EXPERIÊNCIAS.....	15
<b>3 AUTOESTIMA.....</b>	<b>18</b>
3.1 AUTOIMAGEM.....	20
<b>4 MODA .....</b>	<b>21</b>
4.1 ESTILO PESSOAL.....	22
<b>5 CORES.....</b>	<b>23</b>
5.1 VISAGISMO .....	25
<b>6 METODOLOGIA .....</b>	<b>28</b>
<b>7 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS.....</b>	<b>30</b>
7.1 ANALISE QUESTIONÁRIO INICIAL .....	30
7.2 ANALISE DOS RELATOS.....	34
7.2.1 Análise dos relatos da participante da amostra M.M.A.....	34
7.2.2 Análise dos relatos da participante da amostra S.D.P.....	37
7.2.3 Análise dos relatos da participante da amostra V.R.D.....	41
<b>8 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>44</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>46</b>
<b>APÊNDICE (S) .....</b>	<b>49</b>
<b>APÊNDICE A .....</b>	<b>50</b>
<b>APÊNDICE B .....</b>	<b>52</b>
<b>APÊNDICE C .....</b>	<b>54</b>
<b>APÊNDICE D .....</b>	<b>56</b>
<b>APÊNDICE E .....</b>	<b>58</b>
<b>APÊNDICE F.....</b>	<b>64</b>
<b>APÊNDICE G .....</b>	<b>69</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A presente pesquisa visou pensar a moda como um meio condutor para o desenvolvimento da autoestima.

A moda é, na maioria das vezes tratada com certa superficialidade. Não se trata de falar de roupas, embora saiba-se de sua importância, foi referido aqui sobretudo a uma atitude diante da vida proporcionada a partir do ato de se vestir, que está repleto de significados e intenções. Identificá-los é um passo a frente para melhorar a autoestima e confiança.

Deste modo, o presente trabalho visou buscar a moda como um meio condutor para o desenvolvimento da autoestima, encaminhando a interrogativa que se estabeleceu: Como uma composição visual de *looks* de moda podem contribuir para elevar a autoestima de uma mulher de classe média da cidade de Criciúma?

A partir desta reflexão que se destaca que a proposta de pesquisa encontra relevância na possibilidade de contribuir com propostas que possam alavancar o bem-estar das mulheres e em especial sua autoestima, sentindo-se mais confiantes consigo mesmas nas suas rotinas diárias.

A problemática nasceu pela necessidade da acadêmica de estudar a moda por um viés mais significativo, misturando habilidades de psicologia, devido sua formação e experiência na área, comportamento, estética e criatividade.

Diante disso o objetivo da pesquisa foi analisar relatos de vivências com *looks* de moda de três mulheres da cidade de Criciúma verificando se os mesmos propiciam um aumento da autoestima numa mulher de classe média de Criciúma/SC. Para tal elencou como objetivos específicos: 1) estudar as raízes da psicologia da moda, 2) analisar as relações entre moda e subjetividade, 3) estabelecer relação entre moda e autoestima, 4) estabelecer relações entre autoestima e autoimagem, e 5) analisar os reflexos do uso de determinados *looks* na autoestima destas mulheres.

A escolha foi aleatória, considerando que a amostra tivesse vida social ativa. Procurou-se deste modo perceber o quanto as roupas podem contribuir para sentimento geral de bem-estar e segurança, impulsionar a autoestima de uma mulher, partindo do princípio de trabalhar e descobrir um estilo de vestir que possa abraçar seus pontos fortes, físicos e expressar a criatividade, conforto e confiança por meio das roupas.

Para isto foram abordados temas como moda e identidade trazendo autores como Mota (2018), Embacher (1999), Silveira et al (2017) e Mair (2018), autoestima com Sbicigo; Bandeira ; Dell'aglio, (2010) , Zanetti e Resende (2013), Repula e Emiliano (2017) entre outros, e suas inter-relações.

## 2 MODA E SUBJETIVIDADE

A teoria social tem abordado nos últimos tempos a identidade como uma teoria social em crise. Mota (2008), destaca Stuart Hall como um dos pensadores mais relevantes sobre estudos de identidade cultural. A tese do mesmo é que :

[...] os processos sociais, que ocorrem na modernidade, incitam o declínio das antigas identidades e o surgimento de outras propostas que fragmentam o sujeito moderno. Tais processos fazem proliferar situações, experiências, estímulos, ilimitados e em ritmo acelerado, fazendo os sujeitos transitarem entre demandas e desejos diversos, impossibilitando-os de se constituírem como “sujeito “unificado [...] (MOTA 2008, p. 23, destaque do autor).

Neste contexto, surge então um sujeito com várias possibilidades, com diversas identificações e diferenciações, que muitas vezes são conflitantes. Sobre o assunto, teóricos estão encarando hoje a identidade como subjetividade devido a perda da sua característica de essência de algo ou alguém. Mota (2008), afirma ainda que esta subjetividade comporta uma variedade de identidades, pois está ligada a práticas sociais descontínuas que são continuamente reformuladas.

[...] desde a virada do milênio, nos primeiros cinco anos do século XXI, a temática da identidade tem se desdobrado por muitas dimensões da vida social pela proliferação de processos e movimentos de formação de identidades, sejam de caráter social, político, religioso, cultural, étnico, nacional, sexual entre outros. Assim, nas sociedades contemporâneas os indivíduos já não têm um lugar estável, seguro no mundo social. Falta-lhes uma identidade que fixe e assegure um lugar e significados. Ao contrário, estão imersos em processos e existências que estimulam a pluralidade de ser e o fragmentam, descentrando-o em “identidades abertas, contraditórias, inacabadas, fragmentadas” [...] (MOTA 2008, p. 24, grifo do autor).

Segundo o mesmo autor, essa característica de constante mudança da sociedade contemporânea traz uma relação íntima com a moda. As mudanças que são características dessa sociedade estão interligadas a moda como uma inovação sucessiva e planejada, representada pela valorização da novidade, em relação ao antigo e tradicional, seja de vestuário, estilo, gostos entre outros. Lipovetsky (1997, *apud* MOTA, 2018, p. 24), relata que a moda ocorre no ocidente como “um dispositivo social caracterizado por uma temporalidade particularmente breve cujas reviravoltas e fantasias atingem diversas esferas da vida coletiva”. O sujeito está inserido num contexto de contínuas reviravoltas que impactam no modo de ele ser no mundo.

Mota (2018), afirma ainda que, a moda do vestuário está cada vez mais relacionada as formas do corpo, e ao jeito de ser. Essa teoria supõe a ideia de identidade histórica, “formada e transformada continuamente em relação às maneiras pelas quais somos representados e tratados nos sistemas culturais que nos circundam” (HALL, 1995 *apud* MOTA, 2018, p.24).

O termo identidade conforme dicionário Michaelis (2009) quer dizer “qualidade daquilo que é idêntico” e este significado conceberia identidade como algo imutável e que se mantém estático ao longo dos anos. Embacher (1999) por outro lado partilha a ideia de identidade–metamorfose adotado pela psicologia social e a partir disto o sujeito pode “*desenvolver suas potencialidades e interferir racionalmente em sua história, transformando-se de ser feito pelo outro e ser-feito-por-si*” (EMBACHER 1999, p.19).

Deste modo, o sujeito acaba adotando identidades diferentes em vários momentos da vida e estas podem ser contraditórias.

[...] Se a identidade articula o sujeito à estrutura, não é mais para que ambos sejam unificados e previsíveis, mesmo em bases mínimas, tornando-se compatíveis. A questão parece se centrar mais no reconhecimento das diferenças particulares, estranhas até serem incorporadas. Esse reconhecimento pode ter se desenvolvido à medida que as identidades tradicionais sofrerem o que esse autor chama de uma corrosão, resultante da homogeneização cultural desencadeada pela força do global. Dessa homogeneização resulta a formação de mecanismos de resistência cultural e também individual, que permite não somente o surgimento de identidades individuais e sociais plurais e híbridas como também transfigura os seus componentes e seu papel social (MOTA, 2018. p.24).

Neste contexto a moda tem um papel indispensável na produção de identidades. Mair (2018) afirma que não é possível separar o vestuário do eu e da identidade, pois o que se veste é a afirmação destes.

Para SILVEIRA *et al*, (2017) a identidade, por meio das roupas, pode ser considerada um fenômeno comportamental, pois o sujeito pode se expressar por meio dela como uma amplificação visual.

Deste modo, Bauman (2008 *apud* SILVEIRA *et al* p.156) aponta que:

[...] a sociedade e o mercado criam símbolos para representar identidades. Assim, a expressão do ser de cada pessoa é uma representação da aparência final, ou seja, os consumidores expressam suas subjetividades no momento em que empregam esses símbolos na construção de sua identidade ao expressá-la publicamente (BAUMAN, 2008 *apud* SILVEIRA *et al* p.156).

Percebe-se assim a importância deste fato visto que, ao se relacionar com outras pessoas o indivíduo expressa sua própria identidade. Por estes motivos o corpo acaba sendo considerado meio fundamental de comunicação e expressão do ser humano.

## 2.1 O SIGNIFICADO SIMBÓLICO DAS ROUPAS E AS EXPERIÊNCIAS

No modo de vida atual, a imagem pessoal é vista como algo que revela quem as pessoas são, ou seja, sua subjetividade.

[...] a contemporaneidade como mundo imaginal, em razão da força das manifestações imaginárias, simbólicas, aparentes, instituindo a teatralidade como modo de vida. E qual o lugar primeiro dessa teatralidade senão o próprio corpo, que produz uma auto – imagem, conferindo ao sujeito a possibilidade de contar uma história, de afirmar quem é, poderíamos dizer de anunciar-se [...] (MAFFESOLI, 1996 *apud* MOTA, 2018, p 25).

O autor lembra que desde as primeiras formas de sociedade onde se desenvolveram os signos de uma linguagem, o corpo surge como lugar preparado para produzir várias formas de identidades sociais marcado por pinturas, vestes e ornamentos cheios de significado de várias culturas, associado a indumentária é capaz de definir papéis, “como sacerdotes, chefes, guerreiros, nobres, plebeus, homens mulheres, burgueses, proletários, patricinhas, mauricinhos, gangs, tribos, artistas [...]” ou seja “qualquer sujeito social em suas várias identidades” (MOTA, 2018, p. 26).

O ato de vestir envolve comportamentos, gestos, escolhas para o desenvolvimento de um papel social coletivo ou individual, exercendo assim comunicação. “A função de comunicação do corpo se acentuou no século XX, com a força de uma cultura da imagem, tornando-se meio de expressão de subjetividade, revelação do eu. Se vista e diga-me quem és” (MOTA 2018, p.26).

Sobre esta relação de consciência de si Watson em seus relatos sobre William James em seu capítulo sobre “A Consciência do Eu”, firma que:

[...] o eu, sendo constituído de “material flutuante”, pode ser amplamente definido como a soma total de tudo o que ele pode chamar de seu, não apenas seu corpo e seus poderes psíquicos, mas suas roupas e sua casa, sua esposa e filhos, seus antepassados e amigos, sua reputação e obras,

suas terras e cavalos, iate e conta bancária (WATSON 2004, p. 212, grifo do autor).

Assim o eu seria a soma de todas as vivências experiências sejam elas materiais, sociais e espirituais. Ao entendermos o “eu” como a soma de toda uma vivência do indivíduo percebe-se que a escolha de uma roupa pode ser muito mais que um ato aleatório do sujeito.

Conforme destaca Fischer (2001), as roupas têm a capacidade de revelar questões sobre as pessoas, muitas vezes inconscientes, “as vestimentas que cobrem os corpos todos os dias estão codificadas com significados fascinantes e em geral inexplorados” (FISCHER 2001, p.9).

Quase sempre quando um corpo é adornado por um objeto, esse é arremetido como parte de sua existência, tomando as formas como suas, fazendo dele parte de si mesmo, um exemplo disso é o uso de chapéus e sapatos.

Quando um homem veste um chapéu por exemplo, levemente inclinado em sua cabeça, o chapéu transforma-se em algo com vida. Cria assim a ilusão de que o movimento da peça em seu corpo é seu movimento, como se o próprio corpo estivesse naquele ritmo, naquele mesmo balanço (LOTZ, 1885)<sup>1</sup>.

As roupas são assim uma abertura para mostrar o consciente e inconsciente de uma pessoa, mas vai além e mostra como as pessoas se sentem, “[...] fornece uma visualização dos seus desejos, fantasias e valores. Com as roupas” “[...] expressamos diferentes dimensões de nós mesmos e decidimos o quanto revelar sobre quem somos” (FISCHER 2001, p. 18).

Pelas roupas pode-se entrar em contato com as emoções e definição de identidade. “Criar uma aparência é uma forma de auto criação que não se pode fazer e desfazer a vontade” (FISCHER 2001, p. 18). Porém, a moda não precisa ser um costume que cria uma falsa imagem, que mascara a verdadeira identidade das pessoas. Cada um possui uma infinidade de traços, inclinações gostos e, tem a possibilidade de expor formas diferentes de ser nas várias situações do dia a dia, como no trabalho, em casa ou no lazer. Ainda assim, cada uma dessas possibilidades pode refletir exatamente o que a pessoa é, se souber tirar partido de forma correta da moda.

---

<sup>1</sup> O texto do autor é em Inglês e foi traduzido pela pesquisadora. Da mesma forma, a escrita do autor é poética e a pesquisadora manteve este tipo de escrita no momento de fazer a interpretação para citá-lo.

Fischer (2001), aponta que a roupa pode conferir *status* no mundo profissional, com linhas mais simples e masculinas, pode mostrar algo sensual e simbolismo sexual com decotes chamativos, malhas colantes entre outras. Servem de camuflagem em momentos em que a pessoa não quer ser vista, com uso de lenços ou um simples par de óculos de sol. Como proteção, não só contra o tempo e eventos naturais, mas em situações desconfortáveis, de caráter psicológico, abotoando um casaco ou apertando mais um cinto, ou, na postura se protegendo com o cruzar de braços.

[...] A maior ou menor tensão e firmeza possuído pelo material em si, ou devido ao seu corte, é transferido para nós como se fosse resultado do nosso porte. Roupas com rigidez e estrutura vão encher um menino com orgulho no vigor masculino de sua existência, mesmo que o ideal de seus desejos continua a ser a armadura de aço (LOTZ 1885, p.595.).

Assim percebe-se que as roupas têm a capacidade de serem sentidas como uma parte do próprio corpo. O comportamento (posturas e atitudes) dos indivíduos estão ligados diretamente às sensações que este percebe de sua roupa, ocupando assim uma posição de importância na formação do eu material, “roupa é renovação diária, é uma forma de olhar no espelho todo santo dia sem ver sempre a mesmíssima cara, as mesmas cores e formas. Moda é para tornar a vida mais divertida” (GUERRA 2013, p. 44).

Deste modo, as roupas podem contribuir para o sentimento geral de bem estar e segurança. Impulsionar à autoestima, uma vez que se trabalhe e se defina um estilo de vestir que possa abraçar seus pontos fortes, físicos e expressar a criatividade, conforto e confiança por meio das roupas.



### 3 AUTOESTIMA

A autoestima está relacionada aos sentimentos e valores que a pessoa tem de si mesmo, atitudes positivas ou negativas em relação a si, podem influenciar na forma como a pessoa irá definir suas metas, aceitação de si mesmo, valorização do outro e projeção de futuro (SBICIGO; BANDEIRA; DELL'AGLIO, 2010).

Para Sànche & Barrón (2003 *apud* SBICIGO; BANDEIRA; DELL'AGLIO, 2010, p. 1), “A autoestima relaciona-se a construtos psicológicos como bem-estar “e autoconceito”, lembra Martín-Albo *et al* (2007 *apud* SBICIGO; BANDEIRA; DELL'AGLIO, 2010, p. 1), “sendo amplamente investigada no campo da psicologia da personalidade” que são pontos registrados por Schmitt & Allik, (SCHMITT; ALLIK 2005 *apud* SBICIGO; BANDEIRA; DELL'AGLIO, 2010, p. 1).

Para Zanetti e Resende (2013) a autoestima pode ser a junção da autoconfiança e auto respeito, e elas podem ser intrínsecas ao indivíduo ou podem sofrer influência do meio em que se vive. Para as autoras a autoestima não é algo estático e pode ser desenvolvida.

Alguns autores divergem nas considerações da autoestima, no que se refere a ser um traço pré-estabelecido durante um período, um estado que pode variar no decorrer da vida. Ela é considerada como um dos principais fatores que favorecem bons resultados na adolescência e na vida adulta, especialmente no que se refere ao sucesso profissional, relações interpessoais e desempenho acadêmico (SBICIGO; BANDEIRA; DELL'AGLIO, 2010, p. 1). Para Mosquera e Stobäus (2006) ela não é estática pois apresenta variações devido a acontecimentos sociais, emocionais e psicossomáticos.

Segundo Repula e Emiliano (2017), a autoestima é constituída pela autoconsciência, que deriva das experiências sociais, as pessoas passam a se enxergar, como os outros a enxergam. Sobre isto Mair (2018), afirma que alusões e julgamentos de outras pessoas proporcionam autoconhecimento e podem influenciar o autoconceito, e autoestima. Comumente, os indivíduos tentam melhorar sua autoestima fazendo “*comparações ascendentes ou descendentes, e interpretam, distorcem e ignoram informações que não são confirmadas*” (MAIR, 2018, p.58)<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Trecho traduzido pelo aplicativo do Google tradutor.

Estes sentimentos fazem com que as pessoas hesitem diante da vida. O medo do erro impossibilita a pessoa a correr riscos. Pessoas com baixa autoestima têm dificuldades de dar ou receber elogios, desaprovam seus próprios comportamentos e são sensíveis a críticas.

A não atenção a baixa autoestima, pode acarretar problemas emocionais como: depressão, carência afetiva, déficit de atenção, entre outras. Schmitz (2004 *apud* REPULA; EMILIANO (Sd), p. 3), afirmam que,

[...] A autoestima tem um papel fundamental na vida do ser humano, basicamente é responsável pelo equilíbrio emocional, pois quando a autoestima é elevada os sentimentos são de valor, competência, auto respeito, autenticidade e integridade (SCHMITZ, 2004 *apud* REPULA; EMILIANO (Sd), p. 3).

A imagem que o sujeito tem de si, está alicerçada em sua autoestima, assim, quando a pessoa está satisfeita com a própria imagem, passa autoconfiança e conceito positivo sobre si mesmo (REPULA; EMILIANO, sd).

Sobre autoestima positiva Mosquera e Stobäus (2006, p. 85) afirma que são traços de quem a possui:

[...] ter segurança e confiança em si mesmo; procurar a felicidade; reconhecer nossas qualidades sem maiores vaidades; não considerar-se superior e nem inferior aos outros; saber admitir limitações e aspectos menos favoráveis da personalidade; ser aberto e compreensivo; ser capaz de superar os fracassos com categoria; saber estabelecer relações sociais saudáveis; ser crítico construtivo; e, principalmente, ser coerente e consequente consigo mesmo e com os outros [...] (MOSQUERA; STOBÄUS (2006, p. 85).

As definições de autoestima e autoimagem podem ser comumente confundidas, uma vez que a autoestima está relacionada a como o indivíduo vê a si mesmo e a autoimagem está relacionada a como as pessoas são vistas pelos outros e como isso é internalizado, como recebem e percebem essa informação. Assim autoimagem poderia ser descrita em como a pessoa se vê, enquanto autoestima em como ela se sente.

Sobre isso Mair (2018) sugere que, considerações de outras pessoas propiciam autoconhecimento, sendo um fator de influência sobre o autoconceito, e a autoestima. Comumente as pessoas fazem comparações ascendentes e descendentes para tentar melhorar sua autoestima, e muitas vezes acabam distorcendo e interpretando informações de forma equivocada.

A moda pode ter um papel muito importante a desempenhar neste sentido visto que as pessoas se comparam de forma positiva e negativa com um ideal

inatingível promovidos pela indústria da moda, desenvolvendo emoções negativas sobre sua aparência, levando estes a atitudes extremas para alcançar o que se deseja. Assim pode-se afirmar que a aparência exerce um importante papel no desenvolvimento do eu, e faz parte da maneira como as pessoas se veem e pensam sobre si mesmas.

Sobre isso Mair (2018) em seus estudos afirma que indivíduos que se encontram deprimidos distorcem negativamente sua autoimagem, diminuem sua autoestima e satisfação corporal, sentindo-se menos atraentes do que pessoas menos deprimidas.

Assim a autoestima pode ser a representação mental de características físicas e psicológicas baseadas em experiências pessoais e juízos internalizados ou comparações com outras pessoas e o papel que desempenha na sociedade.

Desde modo, entende-se que, só depois de bem resolvidas as questões de autoimagem é que o sujeito poderá construir um autoconceito saudável. (FLORIANI; MARCANTE; BRAGGIO,SD).

Quanto mais se presta atenção mais próximos a realidade se está: “Não é preciso gostar do que se vê, mas é bom saber que desejos, medos e negação não alteram a realidade”, (ZANETTI E RESENDE 2013, p.27).

Partindo deste princípio pode-se trabalhar a autoestima do indivíduo usando os recursos que se tem.

### 3.1 AUTOIMAGEM

A autoimagem nasce na relação do sujeito em seu meio social, das relações estabelecidas com outros e para si mesmo.

Assim o sujeito pode prever seus comportamentos, cuidando das suas relações com outros, sabendo interpretar o meio em que vive, se adequando às exigências que lhe são impostas e que se apresentam a si mesmo. A comunicação entre o Eu e a sociedade se dá por meio da linguagem entendendo assim o processo de comunicação entre ele mesmo e os outros (MOSQUERA ; STOBÄUS, 2006)

É o que a pessoa pensa quando compara a visão que tem diante do espelho com o sentimento gerado em seus relacionamentos interpessoais. Autoestima e autoimagem estão interligadas interferindo uma na outra e seu

desequilíbrio, pode afetar o convívio interpessoal e saúde mental do indivíduo (FLORIANI; MARCANTE; BRAGGIO, SD, p.11).

Assim a autoimagem:

[...] é composta de uma parte mais real e de outra mais subjetiva, convertendo-se em uma forma determinante e de grande significado para poder entender o meio ambiente em que vive, tentando perceber significados antes atribuídos ao meio, que depois são seus (MOSQUERA; STOBÄUS, 2006 p. 84).

Desta forma, considera-se que a autoimagem possa ser considerada a base para autoestima. Assim quanto mais realista for o conceito do sujeito sobre a sua autoimagem, mais próximo de si ele estará, e mais facilmente conseguirá organizar a própria vida, e buscar os objetivos que procura.

#### **4 MODA**

Conforme Lange (2014) existem ainda muitos preconceitos no que se refere a moda, encarado como superficialidade pela sociedade, porém uma vez que se estuda se entende suas implicações sociais e psicológicas. Além do seu significado etimológico que deriva do latim “modus” que significa maneira. Pode ser entendida como “ciclo de constantes transformações que acompanham o dia-a-dia das pessoas e a integram a um contexto político e social refletindo-se em um grupo” (LANGE, 2014 p. 1-114).

Para Castilho e Martins (2005, p.32),

[...] moda teria um significado muito próximo à construção da identidade subjetiva e individual do sujeito e estaria presente a partir do momento que se começa a obedecer a mudanças cíclicas e estilísticas propagadas e aceitas socialmente (CASTILHO; MARTINS, 2005, p.32).

As pessoas se vestem desde que nascem, e a sociedade faz com que os trajes e objetos usados no corpo tenham uma grande importância devido a seu caráter simbólico.

Para Mair (2018, p.63) “Embora a moda pareça superficial para alguns, para outros a moda tem uma profundidade que ecoa a profundidade da autoconsciência humana”. Para muitas pessoas a moda pode ter um significado muito

mais profundo, e quanto mais se tem consciência disto, e acredita-se nessa ideia, muito mais relevância e sentido ela fará para o sujeito e sua vida.

#### 4.1 ESTILO PESSOAL

O estilo pessoal pode ser compreendido como a soma da personalidade, estilo de vida e preferências pessoais, segundo Zanetti e Rezende (2013) por estas razões, pode ser interpretado como identidade visual. As autoras afirmam que o estilo não é algo estático pois na vida se está constantemente em movimento, amadurecendo e crescendo, assim o estilo vai se adaptando as variações da vida. E apesar de possuir uma essência, ela evolui e se modifica nas suas várias fases.

Guerra 2013 sobre isso afirma que “com o passar do tempo, seu estilo passará a estar cada vez mais em consonância com o que você realmente quer dizer” (GUERRA, 2013, p.31). A autora sugere que ter estilo não quer dizer manter sempre uma mesma forma de se vestir, e sim “*acolher sua personalidade e todos os humores que surgem dentro de você*” (GUERRA, 2013, p. 34).

O segredo para construir um estilo é identificar o que faz sentido, o que tem importância para a vida da pessoa no momento em que se está vivendo, no agora (ZANETTI E REZENDE, 2013).

Com base nestas questões sugere-se que é possível buscar o estilo de uma pessoa, analisando seu passado, como foi sua infância e sua adolescência, quais são seus valores, o que foi aprendido e o tipo de vida que se leva no agora. Sua rotina diária, seus horários, com quem convive e qual sua motivação.

Percebe-se então que, todos tem um estilo, talvez ainda não definido ou inconsciente, ou simplesmente ainda não esteja expressado de forma clara e a solução para se evidenciar este estilo está em procurar sentido e avaliar o grau de importância destas questões. (ZANETTI E REZENDE, 2013).

Quanto mais a pessoa se gosta, mais tenderá a gostar das coisas ao seu redor. Se sentir feliz consigo mesmo, naturalmente será feliz com o exterior, se aceitar e tolerar mais é um processo, e ajudar a descobrir o estilo pessoal de alguém facilita este processo. Assim considera-se de adequada a definição de estilo de uma pessoa buscando o que ela tem de melhor, contribuindo assim para o aumento de sua autoestima.

Inúmeras ferramentas podem ser utilizadas para auxiliar nesse processo de descoberta. E a análise de coloração pessoal pode ser um grande agregador nesta área.

## **5 CORES**

Dos elementos que integram uma composição de roupas, as cores são os que mais impactam na primeira impressão, o que chama mais atenção (ZANETTE; REZENDI, 2013).

Inconscientemente são transmitidas pela cor, aspectos como personalidade, humor e inseguranças, devido as diferentes reações que as cores causam nas pessoas, porém além das associações emocionais individuais existem associações que são universais. Segundo o autor as cores podem induzir as pessoas ou fazer uma afirmação. “Podem estimular, inspirar ou acalmar; criar uma imagem de poder, sofisticação, abertura ou intelectualidade... saber como usar a cor em seu proveito é, definitivamente, uma arte um si” (Ficher, 2001, p.30).

Sobre as cores Heller, (2013) colabora com a ideia de que mesmo que cada um trabalhe suas cores de forma particular, os impactos devem ser universais. Isto ocorre principalmente pela simbologia que estas carregam.

A respeito desta simbologia das cores, pode-se dizer que ela está relacionada aos estímulos cerebrais que atuam sobre o emocional da pessoa. Estas fazem a comunicação do inconsciente com o mundo exterior. As percepções estão ligadas diretamente a luz, com a qual é possível captar os reflexos que originam as cores na percepção cerebral (CAIRO, 2001).

Sobre isto Mair (2018) relata que a cor da roupa pode influenciar psicologicamente tanto quem usa como que observa. Ela afirma ainda que se o sujeito acredita realmente no significado simbólico da roupa, por exemplo se acredita que ao vestir vermelho a pessoa se torna mais atraente, ao vestir esta, a pessoa realmente se sentirá mais atraente, desta forma será percebido pelos outros como mais atraente. Esta afirmação foi apoiada por pesquisas que mostraram que as roupas de cor vermelha influíam em percepções subconscientes de dominação no âmbito esportivo, interferindo tanto quem as usava quanto quem apenas observava sendo estes homens ou mulheres.

Esta interferência era tão forte que se questionou o uso de roupas vermelhas no esporte alegando que elas seriam uma vantagem competitiva sendo que estas aumentam as avaliações de agressividade e dominância. (MAIR, 2018).

Assim, percebe-se a interferência das cores na vida das pessoas, e acredita-se que por intermédio das cores que são atrativas a pessoa, pode-se identificar um pouco dos reais desejos, emoções e até o caráter desta. Essa identificação que se tem com determinadas cores deriva-se da própria simbologia da natureza que o subconsciente relaciona aos sentimentos.

Assim por meio das cores pode-se harmonizar características de personalidade inerentes ao indivíduo. E a forma como são coordenadas e como se opta por usá-las pode transmitir mensagens de estilo significantes e dizer muito sobre a personalidade de alguém (ZANETTI ; REZENDE, 2013).

De acordo com Possebon (2009) em seu estudo sobre a teoria das cores de Goethe, as mesmas tem uma característica própria, e que cada cor atua de forma específica sobre o psiquismo humano:

[...] elas nos causam estados anímicos específicos e provocam em diferentes indivíduos sensações, reações e comportamentos similares. E ainda que se possa tomar a cor (na pintura, por exemplo) sob uma perspectiva simbólica, uma análise mais aprofundada revelará sempre um elemento objetivo, que é o caráter de cada cor, combinado ao simbólico denotado (POSSEBON 2009, p.27).

Assim pode-se afirmar que o que as cores causam no indivíduo é uma junção do que é objetivo, do que a cor significa, e o que ela representa subjetivamente para o sujeito, a forma como ela é sentida. Cores e sentimentos se combinam devido as experiências comuns que estão enraizadas na linguagem e no pensamento dos indivíduos desde a infância (HELLER, 2013).

As sensações causadas pelas cores, na mente do indivíduo, são delineadas também pela própria percepção, pela visão e pela forma como as informações são processadas pelo cérebro (ARAUJO, 2005).

Deste modo entende-se que a representação das cores para o sujeito é parte de toda uma vivencia, e sua escolha traz consigo toda uma história, mesmo que esta esteja ali de forma inconsciente.

Assim partindo da ideia de que a cor pode ser um elemento de suma importância na composição de uma imagem, principalmente na composição visual de

looks de moda, compreender seu funcionamento e como usa-las para adquirir o efeito desejado é bastante pertinente, uma vez que estas irão interferir diretamente na imagem pessoal, psicológica e física do sujeito.

Surge assim a necessidade de se compreender a análise de coloração pessoal cuja função é descobrir que cores se encaixam melhor para cada pessoa.

Jonaitis e Emiliano (sd), definem que quando uma cor está em harmonia com a coloração adequada ao indivíduo mais a aparência se torna saudável, iluminada. Assim se faz necessário uma “análise de coloração pessoal” afim de se descobrir que cores se enquadram melhor para cada pessoa.

## 5.1 VISAGISMO

O visagismo pode ser entendido como técnica que tem o intuito de destacar as qualidades de uma pessoa, buscando a beleza de fora para dentro, não se limitando a estereótipos ou modismos. Visa trabalhar o sujeito como único atendendo as necessidades individuais deste.

Conforme Hallawell (2010), o trabalho de visagismo pode afetar as pessoas em seu aspecto psicológico, já que as imagens contém símbolos arquetípicos na sua composição e cor, que são emocionalmente processados pelo cérebro, e as transformações destas imagens podem trazer impactos psicológicos positivos ou negativos para o sujeito.

Assim trabalhar a imagem de alguém sem uma compreensão adequada pode acarretar danos a vida psíquica do sujeito. Se faz necessário com conhecimento prévio e principalmente entender qual o real desejo de quem se submete a ele. O que se pretende transmitir. O profissional deve estar atento as reais necessidades do cliente, liberando-se de todo e qualquer preconceito ou preferências pessoais. O sujeito deve ser tratado como único.

Assim trazendo o visagismo para o campo da moda, as escolhas das pessoas podem afetar seu estado emocional. A escolha por exemplo da cor da roupa deve “considerar o efeito emocional que esta cor pode causar no sujeito, contraditoriamente a cor que melhor harmoniza com a pele de uma pessoa pode afetá-la negativamente em termos emocionais” (HALLAWELL 2010, p.219) visto que os temperamentos podem estar relacionados a certos tipos de cores. Assim se o intuito



é acentuar alguma característica de personalidade deve-se usar a cor que associa o temperamento que se almeja alcançar, cabe assim, dentro das técnicas de visagismo uma análise de coloração pessoal.

Estudar a personalidade de uma pessoa para a construção de um estilo é importante para o sucesso desta construção. Hallawell (2010) relata algumas técnicas que podem auxiliar nesta tarefa, segundo o autor esta análise deve começar pela observação a distância. Considerar a postura, os movimentos, a ossatura as proporções, e os gestos. A ossatura não deve ser considerada um determinante, embora muitas vezes possa revelar aspectos de temperamento, o autor descreve a ossatura de uma pessoa como colérica ou fleumática:

[...] “Mesmo quando é gordo, o colérico tem um corpo definido, até musculoso, e seu porte é ereto. A cabeça é erguida e jogada para trás. Mostra confiança e uma atitude desafiadora. Os movimentos são firmes e decididos, normalmente rápidos”. O fleumático tem porte arcado e, frequentemente a cabeça caída para frente. O corpo não tem definição e seus movimentos são calmos lentos e vagos, mostrando hesitação e desinteresse”. Os sanguíneos e melancólicos tendem a ter corpos delgados e magros... o porte do sanguíneo é solto e elástico, sendo que se movimenta muito revelando curiosidade agitação e dinamismo... o melancólico tem porte rígido e ereto, mas pode olhar de lado, como se estivesse desconfiado, seus movimentos são precisos, elegantes e contidos, mostrando reserva, eficiência e certa timidez” (HALLAWELL 2010, p.134).

Assim no que se refere a postura, modos, sejam eles de sentar, andar, são fatores que também podem ser observados, porém para o autor não são determinantes absolutos para todas as pessoas. Sobre isto Avelar (2011) afirma que a questão da aparência vai além das roupas:

“Além das diferenças biológicas, corporais, ainda devemos levar em conta aquelas que se fazem por gestos, postura e comportamento, os quais expressam de forma significativa a nossa relação com o mundo social” (AVELAR 2011, p. 34).

Um vestido preto por exemplo pode ter um significado quando num cabide, entretanto quando em corpos de duas pessoas diferentes terá mais significado pois se agregará a cultura corporal de cada um.

Os gestos e comportamentos podem ser importantes para se analisar a personalidade e compreender o estado emocional da pessoa, porém deve-se estar atento, visto que as pessoas tendem a manipular seus gestos e comportamentos nos diferentes momentos e lugares que frequentam. Portanto analisá-los indicará muito

mais sobre um estado emocional de momento do que uma característica de personalidade. (HALLAWELL, 2010)

Assim este estudo deve ser feito juntamente com todas as outras técnicas de visagismo, como análise de rosto, cabelos, porte físico entre outras. Deste modo se poderá perceber o quando a personalidade não está congruente com seu comportamento, o que pode estar relacionado a questões como medos, inseguranças, baixa autoestima.

Hallawell (2010) em seus estudos afirma que apesar da imagem pessoal poder afetar o comportamento de uma pessoa, ela não tem o poder de mudar sua personalidade, porém se essas questões não estão alinhadas, esta pessoa pode vir a desenvolver problemas psíquicos.

Assim vê-se que a análise de corpo e comportamento são etapas importantes para construção de um estilo pessoal de forma saudável e que não traga prejuízos para a vida psíquica do sujeito.

## 6 METODOLOGIA

O presente trabalho se caracterizou por ser uma pesquisa de natureza básica que segundo Gil (2002 *apud* TREVISOL, 2018, p.31), é toda pesquisa que “objetiva gerar novos conhecimentos úteis para o avanço da ciência sem aplicação prática prevista. Envolve verdades e interesses universais”. O que se buscou aqui foi perceber se uma composição visual de looks pode influenciar a autoestima de uma mulher.

O problema foi abordado de forma qualitativa onde Gil (2002 *apud* TREVISOL, 2018, p.31) registra que “abrange uma compreensão aprofundada dos fenômenos sociais, levando em consideração os aspectos subjetivos da ação social, já que estes são complexos e/ou únicos”. Chizzotti (2006 *apud* TREVISOL 2018, p.31), afirma que “O termo qualitativo implica uma partilha densa com pessoas, fatos e locais que constituem objetos de pesquisa para extrair desse convívio os significados visíveis e latentes que somente são perceptíveis a uma atenção sensível”. Assim foram analisados os relatos das participantes

Para o alcance dos objetivos propostos a pesquisa em questão foi exploratória e descritiva. A pesquisa exploratória registra Severino (2007), é toda pesquisa que busca levantar informações sobre objeto determinado, delimitando e mapeando um campo de trabalho.

Já a abordagem descritiva se deu através de técnicas padronizadas de coleta de dados, que Silva e Schappo (2002 *apud* TREVISOL 2018, p.33) busca levantar e descrever informações sobre o tema fundamentando-se em estudos concentrados na análise, “[...] na descrição de características ou propriedades, ou ainda, das relações entre essas propriedades e determinados fatos/fenômenos relacionados à certa realidade”.

Os procedimentos técnicos utilizados para a realização deste estudo foram pesquisas: bibliográfica. Segundo Gil (2002, *apud* TREVIDOL 2018), a pesquisa bibliográfica se caracteriza pela utilização de estudo publicado em livros, artigos de periódicos, e informações disponibilizadas na internet.

A pesquisa se caracterizou também como pesquisa de campo, onde segundo Gil (2002 *apud* TREVISOL 2018, p. 37 ), “é desenvolvida por meio de observação direta das atividades do grupo estudado e de entrevistas com informantes para captar suas explicações e interpretações do que ocorre no grupo” seu

levantamento costuma ser mais fidedigno por ser desenvolvido no local onde os fenômenos ocorrem. Para isto foram analisados os relatos feitos pelas participantes.

O universo desta pesquisa caracterizou-se por mulheres que possuem atividade profissional fora do lar, a amostra aleatória simples, composta de 3 mulheres de idades de 30 a 60 anos. Profissionais que possuem convívio social diverso. A escolha foi aleatória, com mulheres do convívio pessoal da pesquisadora.

A coleta de dados se deu por meio de observação de relatos, que segundo Trevisol (2018, p. 43), “[...] quando se utilizam os sentidos na obtenção de dados de determinados aspectos da realidade. Observa-se o contexto e se registra as observações para depois analisar a luz do referencial teórico”.

As participantes da pesquisa receberam 5 looks que foram montados junto com a pesquisadora a partir do próprio guarda roupa das participantes da pesquisa. Estes foram usados durante 5 dias num período de 7 dias. Ao final de cada dia a amostra fez um relato da experiência vivida através de áudio e escrita. Os relatos foram analisados para a conclusão do estudo.

## 7 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

No presente estudo foram coletados dados de três indivíduos: M.M.A, S.D.P e V.R.D. São mulheres da cidade de Criciúma, com a média de idade de 41 anos, que foram orientadas a fazer uma autoanálise após o uso de cinco looks de moda do acervo pessoal de cada participante. Estes foram propostos juntamente com a pesquisadora, com base em dados coletados anteriormente através de formulário de entrevista. Os cinco looks foram usados num período de sete dias.

Com base nestes relatos foram analisados separadamente as participantes a fim de identificar pontos que pudessem levar ao entendimento do estudo em pauta.

Como primeira etapa do processo foram aplicados questionários para levantamento de perfil. (Apêndice A)

### 7.1 ANALISE QUESTIONÁRIO INICIAL

O presente instrumento visou fazer um levantamento de informações das participantes do estudo, a fim de identificar um perfil para posterior definição de estratégias de criação dos *looks* de moda que estivessem de acordo com seus interesses individuais. O questionário foi composto de 15 perguntas qualitativas que foram comentadas numa análise geral das respostas.

A amostra ficou caracterizada por Mulheres na faixa de 35 a 55 anos, M.M.A, S.D.P e V.R.D, que passam mais tempo envolvidas em atividades de trabalho que lazer. Possuem convivência ativa com familiares, amigos, e pessoas no meio de trabalho. Costumam ter atividades de lazer apenas nos fins de semana. Desprendendo pouco tempo em atividades físicas ou em atividades voltadas a saúde, bem-estar ou estética.

De um modo geral as três participantes citam como atividades de lazer frequentar restaurantes, igreja e receber amigos em casa ou visitá-los. No que se refere a questões relacionadas a estética, roupas e cores, as participantes divergem em relação as preferências.

A participante da amostra M.M.A tem preferência por tons pasteis tipo rosa claro, azul claro, branco. Optando mais nas compras por vestidos, costuma comprar em lojas que possibilitam melhor comodidade e praticidade. Optando por lojas que entregam em casa.

Já S.D.P tem preferência pelos tons neutros como cinza, preto, branco, *off White* e nude, gostando mais de usar blusas calças e shorts. Opta por comprar em lugares como feiras pois preza por preços e liberdade na escolha das peças.

A participante V.R.D relata não ter preferências de cores, segue as estações, o que mostra um certo entendimento na área de moda. Apesar de relatar gostar mais de saias e vestidos, hoje adaptou seu estilo para o que lhe parece mais fácil. Isto foi identificado em seu discurso quando diz que por estar acima da média acaba usando mais calças, porém não parece ser o que realmente gosta. Prefere lojas que já conhece e opta por marcas que julga vestir melhor, o que demonstra mais uma vez um senso de estética mais apurado.

Nas questões relacionadas ao corpo, as participantes das amostras M.M.A e S.D.P, relatam sentir-se pouco à vontade em mostrar demais o corpo, sentem-se desconfortáveis com determinadas partes e preferem camuflar estas com roupas pouco ajustadas e não muito curtas. Embora a participante M.M.A afirme tal discurso, no ato da entrevista estava vestindo roupas ajustadas e com decote, demonstrando incongruência entre o que diz e o que realmente é. O que pode ser uma visão distorcida de si mesmo, (autoimagem distorcida). Para Floriani; Marcante; Braggio, (SD) a autoimagem é o que a pessoa pensa quando compara a visão que tem diante do espelho com o sentimento gerado em seus relacionamentos interpessoais. Assim quanto mais realista for o conceito do sujeito sobre a sua autoimagem, mais próximo de si ele estará e mais facilmente conseguirá organizar a própria vida, e buscar os objetivos que se procura.

Quando questionadas a respeito de partes do corpo que mais gostam as respostas foram diversas, M.M.A gosta de suas mãos enquanto que S.D.P tem preferência por suas panturrilhas. Nesta questão pode-se perceber certa incoerência no discurso da amostra V.R.D, visto que apesar de afirmar não ter nenhuma insatisfação com o corpo, não citou nenhuma parte de que gostava. Percebeu-se desconforto maior de todos os entrevistados em relação a barriga, considerando-se fora de forma.

Nas perguntas referentes a objetivos de vida e questões pessoais as participantes da amostras M.M.A e S.D.P tem objetivos focados ao campo profissional, demonstrando certo descontentamento ou insatisfação em suas atuais áreas de trabalho, relacionam suas expectativas em mais estudo e certa autonomia

profissional. Já a participante V.R.D enfatiza que seu foco de vida já não é mais trabalho, demonstrando um desejo de liberdade em relação a isto.

As participantes da amostras M.M.A e S.D.P apesar de parecerem bastante diferentes descrevem seus estilos como mais social, roupas relacionadas ao trabalho como sendo diferentes das que usam para o lazer. Já a participante da amostra V.R.D não define um estilo que gosta, porém deixou claro que não gosta de peças de alfaiataria.

Por meio dos discursos percebe-se a preocupação da participante da amostra M.M.A em relação a imagem que transmite, quando relata que jamais sairia de casa com roupa de academia, por considera-la muito informal. O que pode representar uma preocupação na forma como é vista pelo outro. O fato de que gostaria de usar roupas de alfaiataria pode significar o desejo de ser respeitada, admirada.

Nesta questão a participante da amostra S.D.P, apesar de relatar que não segue modismos, tem o desejo de parecer mais “chique”, demonstrar poder e segurança, isso pode ser percebido no seu relato sobre pessoas que admira, visto que admira sua gestora, por ser uma pessoa realizada profissionalmente.

Já a participante da amostra V.R.D, gosta do estilo que tem, e não parece querer muda-lo, sente-se insatisfeita com seu corpo hoje principalmente por considerar que não poderia mais usar as roupas que gosta, demonstra certa dificuldade em encarar as mudanças que vem ocorrendo em sua vida, principalmente em relação ao seu corpo, relatando desanimo na hora de adquirir novas peças, adquirindo assim peças que não lhe agradam tanto por comodidade.

A partir desta análise inicial dos questionários pôde-se delinear um perfil para cada candidata a fim de elaborar os looks conforme seus desejos e intenções.

Assim foram propostos para a participante da amostra M.M.A - looks mais relacionados a trabalho, com peças de alfaiataria juntamente com peças mais despojadas e mais modernas, buscando de forma discreta trazer a sensualidade que demonstra mas que se tenta camuflar em discurso.

Para a participante da amostra S.D.P foram propostos looks que pudessem diminuir o sentimento de insegurança que se mostrou fortemente em seu discurso, e durante todo o processo de entrevista e preenchimento de formulários, levantando diversas dúvidas medos e incertezas durante a execução da atividade.

Para a participante da amostra V.R.D foram propostos looks que pudessem chegar o mais próximo do que ela realmente goste, sem interferir no seu estilo. As

sugestões foram discretas já que participante se mostrou bastante resistente em participar da pesquisa demonstrando personalidade forte e bastante resistente a mudanças.



## 7.2 ANÁLISE DOS RELATOS

### 7.2.1 Análise dos relatos da participante da amostra M.M.A

Figura 1 - Looks usados pela participante da amostra M.M.A



Fonte: do autor

Com base em análise de entrevista inicial a participante M.M.R relatou ter preferência por um estilo de roupas mais social e formal, descrevendo-se mais formal, por sentir-se pouco a vontade em mostrar demais o corpo, alegando se sentir desconfortável com determinadas partes, e preferindo camuflar estas com roupas pouco ajustadas e não muito curtas.

Embora participante afirme tal discurso, no ato da entrevista estava vestindo roupas justas e com decote. Durante o processo de formação dos looks na casa da participante não foram encontradas peças neste estilo, e em vários momentos de seu discurso M.M.A relata desconforto em usar peças soltas e sem marcações, sentindo mais feliz quando as peças marcavam mais suas curvas conforme discurso , “ achei que ficou muito legal principalmente porque a jaqueta de couro deu essa marcadinha na minha cintura principalmente dividiu ali, acho que ficou até mais acinturadinho mais bonito”.

O que demonstra certa incongruência entre o que diz ser e o que realmente é. O que pode ser entendido como uma visão distorcida de si mesmo, (autoimagem distorcida). Para Floriani; Marcante; Braggio, (SD) a autoimagem é o que a pessoa pensa quando compara a visão que tem diante do espelho com o sentimento gerado em seus relacionamentos interpessoais. Assim quanto mais realista for o conceito do sujeito sobre a sua autoimagem, mais próximo de si ele estará e mais facilmente conseguirá organizar a própria vida e buscar os objetivos que se procura. Deste modo a pesquisadora tentou criar looks que estivessem de acordo com o que ela gostaria de mostrar, sem perder a sua essência que seria um pouco mais sensual e feminina.

Como relata no discurso: “porque eu sempre quis um estilo mais social, mas eu achava que pra ser mais social eu tinha que ser total social, e vi que não, eu consigo ficar mais arrumada sem ter que exagerar no social sabe. Ainda usando as roupinhas que gosto”.

M.M.A parece querer mudar o seu estilo devido a alguns fatores, como demonstrar uma imagem aos seus clientes e até mesmo em agradar o namorado. Isto pode ser percebido em seu discurso quando diz que “meu namorado ele também achou muito legal a ideia achou bonito eu ter usado essa roupa assim mais folgadinha mais larguinha”.

O que vem ao encontro com as ideias de Fischer (2001), onde diz que as roupas são uma abertura para mostrar o consciente e inconsciente de uma pessoa, mas vai além e mostra como as pessoas se sentem, “fornece uma visualização dos seus desejos, fantasias e valores”. M.M.A mostra claramente em seu discurso que utiliza o modo de vestir como ferramenta de auxílio em seu trabalho e mostrou que usar a roupa certa facilitou seus relacionamentos, como pode ser percebido em sua fala “é uma roupa que eu fiquei próxima dos meus clientes, é eu vi que eu não transmiti tanta formalidade apesar de eu estar bem vestida de eu estar vestida social de estar muito bem arrumada, mas não apareceu assim tão formal onde que as pessoas chegam no escritório, chegaram aqui durante o dia e viram alguém com uma roupa toda social toda formal que as vezes até transmite um pouco de medo né”.

De um modo geral M.M.A sentiu-se confortável e bonita durante todo o processo, principalmente quando recebia feedback positivo de seus relacionamentos diários. O que ficou evidente quando diz que “ eu me achei muito bonita nesse dia. Fui na igreja fiquei muito feliz a minha amiga me elogiou perguntou até onde que eu tinha comprado”. “ Eu recebi elogios do meu namorado, ele achou diferente e gostei disso. Acabei me sentindo bem confortável depois que falou”.

O que corrobora com o discurso de Repula e Emiliano (2017), em que a autoestima é constituída pela autoconsciência, que deriva das experiências sociais, as pessoas passam a se enxergar, como os outros a enxergam. Sobre isto Mair (2018), afirma que alusões e julgamentos de outras pessoas proporcionam autoconhecimento e podem influenciar o autoconceito e autoestima.

Assim fica claro a influência que o uso de determinados looks proporcionou em M.M.A sentimentos de autoconfiança e satisfação em relação a si mesma. Estes pontos podem ser percebido em vários momentos em seus discursos quando diz “eu

amei esse look mesmo me achei linda hoje na igreja. Gostei tanto da minha roupa que queria sair mais pra me mostrar, rsrsrs”. “ Me senti muito bem durante todo dia me sentir bonita vi que as pessoas me olhavam me achavam bonita, me elogiaram.”

A imagem que o sujeito tem de si, está alicerçada em sua autoestima, assim, quando a pessoa está satisfeita com a própria imagem, passa autoconfiança e conceito positivo sobre si mesmo (REPULA; EMILIANO, 2017).

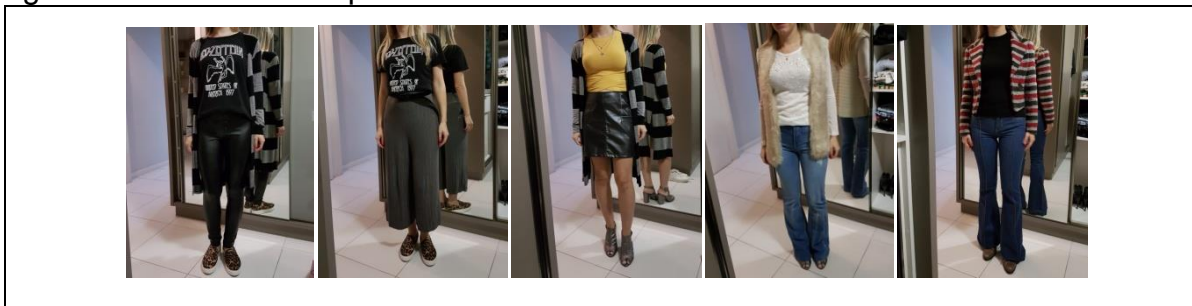
Não é possível afirmar que M.M.A teve uma melhora na autoestima, visto que não foi realizado um estudo prévio para análise de auto estima da participante, porém foi possível notar melhora de sentimentos como autoconfiança, aceitação positiva de si, o que são pontos segundo Mosquera e Stobäus (2006, p. 85) que demonstram traços de quem possui autoestima elevada:

[...] ter segurança e confiança em si mesmo; procurar a felicidade; reconhecer nossas qualidades sem maiores vaidades; não considerar-se superior e nem inferior aos outros; saber admitir limitações e aspectos menos favoráveis da personalidade; ser aberto e compreensivo; ser capaz de superar os fracassos com categoria; saber estabelecer relações sociais saudáveis; ser crítico construtivo; e, principalmente, ser coerente e conseqüente consigo mesmo e com os outros [...] (MOSQUERA; STOBÄUS, 2006, p. 85).

Deste modo pode-se afirmar que M.M.A demonstrou aspectos e sentimentos durante o uso de determinados looks de quem está com uma autoestima elevada, e que que se mantidos podem sim elevar a autoestima desta. Para Mosquera e Stobäus (2006), a autoestima não é estática pois apresenta variações devido a acontecimentos sociais, emocionais e psicossomáticos. Assim faz necessário uma análise um pouco mais longa do processo afim de se afirmar com certeza que os usos de determinados looks elevem a autoestima de uma mulher.

### 7.2.2 Análise dos relatos da participante da amostra S.D.P

Figura 2 - Looks usados pela amostra S.D.P



Fonte: do autor

Com base em análise de entrevista inicial da participante S.D.P foi possível perceber fortemente o sentimento de insegurança desta em seu discurso e durante todo processo de entrevista e preenchimento de formulários, sempre levantando dúvidas medos e inseguranças durante a execução das atividade. O que é percebível quando fala que “adoraria saber me vestir com roupas que me valorizassem mais”.

A insegurança pode ser percebida também, pela sua postura e movimentos, Hallawell (2010), em seu discurso relata que estudar a personalidade de uma pessoa para a construção de um estilo é importante para o sucesso desta construção, assim foi considerado também a postura, os movimentos, a ossatura as proporções, e os gestos que puderam revelar aspectos de temperamento da participante.

A participante da amostra S.D.P mostrou-se sempre com a postura curvada e com a cabeça inclinada para frente, o que podem ser características de pessoas com ossatura Fleumáticas que segundo Hallawell (2010 p.134), “ tem porte arcado e, frequentemente a cabeça caída para frente. O corpo não tem definição e seus movimentos são calmos lentos e vagos, mostrando hesitação e desinteresse.”.

Sobre isto Avelar (2011), também afirma que esses comportamentos posturas e gestos podem expressar de forma significativa a relação que o sujeito tem como o mundo social. O que vem ao encontro do que foi percebido durante o processo com a participante.

Apesar de não ser usado o método de visagismo de modo padrão na definição do estilo da participante foram utilizados de forma intuitiva na construção dos looks.

Logo esta percepção da insegurança da participante S.D.P pode ser confirmada em seus relatos e em vários momentos, um exemplo é quando diz que “ eu percebi que as pessoas olhavam, não sei pelo fato de que eu nunca ando assim e eu também me estranhei um pouco no começo daí a gente já acha que a pessoa já tá olhando para a gente né”. E “ eu achava que seria vulgar e eu ficava com vergonha tipo e eu não tinha confiança em mim mesmo em estar usando essa roupa”.

Apesar de relatar que não segue modismos em formulário de entrevista, S.D.P em vários momentos alegou não saber se vestir, e ter dificuldades de pensar em o que vestir no seu dia a dia, deixando para se arrumar mais somente em momentos especiais como foi percebido em sua fala quando relatou que “ também eu não sabia como assim usar não sabia com o que combinar por ser uma blusa branquinha, mas, não conseguia combinar e não usava ficou no guarda-roupa bastante tempo até”.

S.D.P relatou ter o desejo de parecer mais chique e quando questionada em o que significaria ficar mais chique a mesma reformulou o discurso dizendo que gostaria de parecer um pouco mais “estilosa”.

Foi possível perceber que S.D.P possui rotina diária mais informal, mesmo em relação ao seu trabalho, a grande maioria de seus afazeres são durante o dia, portanto pensou-se em adaptar um estilo onde ela pudesse se sentir mais confiante no seu dia-dia. Sem precisar ser em um momento especial. O que surtiu um efeito muito positivo como pode ser percebido quando diz que “ me senti bonita aí cheguei em casa fiz café fiz almoço e continuei com a roupa e eu me senti até melhor usando uma roupa assim mais arrumadinha em casa. Eu gostei bastante”.

Conforme Fischer (2001), quase sempre quando um corpo é adornado por um objeto, esse é arremetido como parte de sua existência, tomando as formas como suas, fazendo dele parte de si mesmo. Isso pode ser percebido com S.D.P onde assumiu mesmo que em casa uma postura diferente simplesmente por estar vestindo algo que a fez sentir-se segura e bonita.

Em vários momentos do discurso de S. ficou evidente uma mudança de postura para melhor principalmente em relação ao uso de determinadas roupas. Melhorando sua autoconfiança como pode ser percebido na fala abaixo:

“Quando eu colocava essa saia, se eu colocar uma blusa muito curta ou cropped alguma coisa que aparecesse de mais eu achava que seria vulgar e eu ficava com vergonha tipo e eu não tinha confiança em mim mesmo em estar usando essa

roupa, mas colocando essa blusinha e ao mesmo tempo que ela aparece um pouquinho assim na barriga mas ela é uma blusinha mais tapadinha e colocando com essa saia eu já não me sinto mais com vergonha tipo eu já me sinto bem já não me sinto assim como é que eu vou dizer vulgar como eu tinha falado anteriormente e me sinto mais confiante também em estar usando a roupa e me sentindo bem, me sentindo bonita que as pessoas me olharam mas não me olharam com olhar de vulgaridade sabe“.

Conforme Repula; Emiliano, (2017), a imagem que o sujeito tem de si, está alicerçada em sua autoestima, assim, quando a pessoa está satisfeita com a própria imagem, passa autoconfiança e conceito positivo sobre si mesmo. Esta questão ficou evidente no caso de S.D.P visto que por estar se sentindo bem, bonita e confortável conseguiu através do uso das roupas passar a imagem que gostaria para as outras pessoas pois se comportou de tal forma. Conforme fala abaixo:

“Eu gostei bastante me senti bem usando com esse colete e eu percebi que as pessoas me olhavam porque eu me achei elegante com a roupa me achei bonita fiquei confiante com a roupa me senti bem, me senti bem vestida né.”

Percebe-se que as mudanças de comportamento de S.D.P em relação a si mesmo começaram a acontecer quando a mesma acreditou estar usando as roupas certas. O que pode ser entendido como um aumento de sua autoestima visto que anteriormente não tinha coragem de usar determinadas roupas de que gostava por achar pareceria algo que repudiava, como pode ser percebido nas falas a seguir:

“Eu gosto muito desse colete que eu tenho e gosto muito de usar calça flare mas eu achava que eu tinha que usar calça flare e colete de pêlo só quando eu fosse sair ... eu achava que se eu colocasse muita coisa eu achava que eu ficaria igual uma paqueta cheia de roupa e cheia de coisa, mas não, é porque a gente tem que saber combinar né, e eu me senti muito bem assim usando essa roupa não me achei uma paqueta e me achei assim elegante”.

Comumente, os indivíduos tentam melhorar sua autoestima fazendo “comparações ascendentes ou descendentes, e interpretam, distorcem e ignoram informações que não são confirmadas” (MAIR 2018, p.58)<sup>3</sup>. Estes sentimentos, fazem com que as pessoas hesitem diante da vida. O medo do erro impossibilita a pessoa a correr riscos.

---

<sup>3</sup> Trecho traduzido pelo aplicativo do Google tradutor.

Nos discursos de S.D.P, fica evidente que a sua autoconfiança está muito ligada a tomada de decisão, a partir do momento que S.D.P teve auxílio de alguém que em seu entendimento tem algum conhecimento de moda, a mesma sentiu-se confiante, acreditando estar usando algo que realmente fosse bonito, mesmo sendo estas roupas a mesma já havia usado, porém de outras formas.

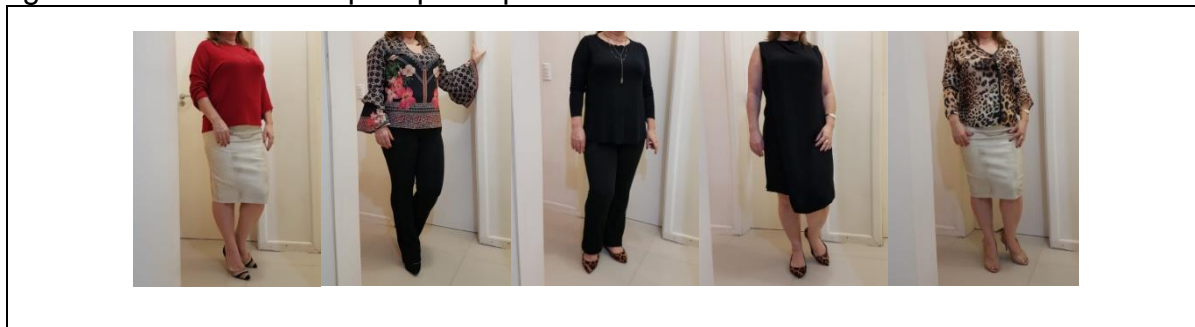
Assim fica evidente nos relatos de S.D.P que houve uma melhora clara e significativa na sua autoestima. Embora não tenha sido feito uma análise previa de sua autoestima S.D.P apresenta pontos característicos de quem possui uma autoestima baixa, segundo Mair (2018) pessoas com baixa autoestima, têm dificuldades de dar ou receber elogios, desaprovam seus próprios comportamentos, e são sensíveis a críticas. Porém logo após o uso de determinadas looks cita mudanças em seu comportamento evidenciando uma nova postura característica de quem possui uma autoestima elevada, como pode ser percebida quando diz que “ me achei elegante com a roupa me achei bonita fiquei confiante com a roupa me senti bem, me senti bem vestida né”.

O que vem ao encontro das ideias de Schmitz (2004 *apud* REPULA; EMILIANO (Sd), p. 3) que afirmam que “quando a autoestima é elevada os sentimentos são de valor, competência, auto respeito, autenticidade e integridade”.

Deste modo sentimentos de valor, bem-estar, autoconfiança e segurança aparecem de forma clara em seus relatos, o que vem a confirmar a interrogativa que se estabeleceu o presente estudo.

### 7.2.3 Análise dos relatos da participante da amostra V.R.D

Figura 3 - Looks usados pela participante da amostra V.R.D



Fonte: do autor

Com base em análise de entrevista inicial V.R.D mostrou-se sempre muito fechada desde o preenchimento da entrevista inicial, mostrando-se pouco animada com a proposta. Demonstrou durante todo o processo muito cansaço e desânimo ao falar de roupas. Comentou várias vezes sobre sua juventude e as roupas que gostava de usar, mas que hoje não tinha mais esse ânimo, “ prefiro comprar roupas para as minhas filhas que estas sim ficam bonitas, eu já não sirvo mais”. V.R.D demonstra um bom entendimento sobre moda e um senso de estética bastante apurado. Porém sente-se desanimada constantemente.

Em seu formulário de entrevista relata gostar mais de saias e vestidos, porém hoje diz estar adaptando seu estilo para o que lhe parece mais fácil. Isto foi identificado em seu discurso quando diz que por estar acima da média de peso e acaba usando mais calças, porém não parece ser o que realmente gosta. Optando pelo que lhe parece mais prático e confortável de vestir.

Quando questionada quanto as partes do corpo que sentia mais desconforto apesar de afirmar não ter nenhuma insatisfação com o corpo, não citou nenhuma parte de que gostava, o que pode indicar uma incoerência em seu discurso ou até mesmo indícios de uma autoestima baixa. Conforme Schmitz (2004 *apud* REPULA; EMILIANO (2017)), pessoas com baixa autoestima, têm dificuldades de dar ou receber elogios, desaprovam seus próprios comportamentos, e são sensíveis a críticas.

Pode-se perceber uma resistência da participante da amostra em participar do estudo, demorando nas entregas e na utilização dos looks selecionados. Os discursos foram vazios e sem aprofundamento. Dificultando assim a análise da pesquisadora.



A partir destes relatos iniciais a pesquisadora procurou juntamente com a participante V.R.D criar looks que atendessem seu senso crítico apurado, mas que também fossem confortáveis e práticas de usar.

VRD demonstra em seu discurso e relatou mesma situação quando com a pesquisadora que considera as cores de fundamental importância nas roupas, que estas influenciam em seu humor, e que se apropria disto para enfrentar situações em seu dia a dia.

Partindo deste princípio a pesquisadora procurou trazer para seu primeiro look cores afim de levantar o ânimo da participante deixando-a mais confiante no processo como é percebido na fala que segue, “eu estava bem desanimada, e o vermelho pra mim tem esse poder, as vezes quando estou com algum problema na escola gosto de ir de vermelho, me deixa mais forte pra enfrentar os desafios”.

Sobre isto Mair (2018) relata que a cor da roupa pode influenciar psicologicamente tanto quem usa como que observa. Ela afirma ainda que se o sujeito acredita realmente no significado simbólico da roupa, por exemplo se acredita que ao vestir vermelho a pessoa se torna mais atraente, ao vestir esta, a pessoa realmente se sentirá mais atraente, desta forma será percebido pelos outros como mais atraente.

Por apresentar traços de autoestima baixa, a pesquisadora procurou incluir algumas cores mais vibrantes para os looks de V.R.D e isso foi percebido e sentido pela mesma como é percebido nas falas abaixo:

“Acho que é uma roupa também que levanta o astral uma roupa assim que chama um pouco, mas, bastante viva, mas elegante”.

“A blusa tem cor, alto astral, colorida apesar de ser uma roupa discreta por ser calça com o fundinho mais preto mas tem o colorido que eu gosto”.

V.R.D demonstra em seus discursos que no momento procura roupas em que não tenha que se preocupar, principalmente que sejam discretas, parece ter o desejo de passar despercebida, portanto sentiu-se confortável quando os looks lhe proporcionaram tal sensação. Isto fica evidente em seus relatos quando diz que

“Essa roupa básica, foi excelente, não tive que me preocupar, fui para o centro fazer umas voltas, é numa roupa que me deixou um pouco mais magra por ser preta, e muito confortável... nesta etapa da minha vida o que menos quero é ter que me preocupar com certas coisas. Eu tenho gostado de tudo que facilite minha vida e essa roupa foi muito isso, na verdade nem pensei muito sobre o assunto”. “Vestido

preto básico não tem nem muito que comentar, foi muito bom usar, uma roupa discreta tranquila, me senti muito bem com ele”.

Fischer (2001), aponta que as roupas muitas vezes podem servir de camuflagem em momentos em que a pessoa não quer ser vista. Como proteção, não só contra o tempo e eventos naturais, mas em situações desconfortáveis, de caráter psicológico. Isto ficou evidente nos discursos de V.R.D. Roupas discretas em que ela não precisasse se preocupar fez com que ela se sentisse confortável e tranquila em vários momentos do seu dia.

Embora os discursos da participante tenham sido pouco aprofundados, devido provavelmente a uma condição psicológica da mesma, sendo que dificilmente se referia a ela mesma quando falava das roupas, e sim falou das roupas em si como se pode perceber nas falas, “achei que ficou uma roupa elegante”, “ uma roupa discreta, tranquila, a roupa estava ótima”.

Pode-se perceber que a mesma se sentiu bem, confortável e elegante nas escolhas de looks e no momento de usá-los. Sentimentos como segurança, conforto e bem-estar foram evidentes em seus discursos. Sentimentos estes que podem indicar um aumento na autoestima da participante V.R.D.

Assim, apesar de as técnicas de visagismo não terem sido aplicadas de maneira formal, tratar as formas, cores, linhas e texturas de maneira intuitiva, auxiliou a pesquisadora a desenvolver soluções junto as mulheres que participaram da pesquisa a construírem composições visuais de looks que contribuíram com sua percepção de bem-estar e segurança.

## 8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A moda é um dos pilares da economia e faz parte da rotina de toda uma sociedade. O termo ainda hoje é tratado com preconceito e superficialidade, porém sua importância vai muito além do que se imagina, visto que faz parte do dia de todos, havendo a possibilidade de ser uma ótima aliada para a sociedade.

O presente estudo buscou analisar o quanto as roupas podem contribuir para o sentimento geral de bem-estar e segurança de uma mulher impulsionando a autoestima desta, partindo do princípio de se trabalhar um estilo de vestir que pudesse abraçar seus pontos fortes físicos e expressar a criatividade, conforto e confiança por meio das roupas.

Para isto foram coletados dados de três indivíduos. Mulheres com a média de idade de 41 anos, que foram orientadas a fazer uma autoanálise após o uso de cinco looks de moda do acervo pessoal de cada participante. Estes foram propostos juntamente com a pesquisadora, com base nos dados coletados anteriormente através de formulário de entrevista. Os cinco looks foram usados num período de sete dias. Após o uso de cada look as participantes enviavam um áudio relatando como se sentiram durante o processo.

Com base nestes relatos foram analisados separadamente as participantes a fim de identificar pontos que pudessem levar ao entendimento do estudo em pauta.

Deste modo percebeu-se que o que foi estudo durante todo o processo de elaboração da fundamentação teórica deste estudo corrobora com o que foi visto na pesquisa prática. Assim notou-se que na maioria das participantes a autoestima estava diretamente ligada a imagem que tinham de si mesmas, a consciência do seu próprio valor, foi possível perceber a partir daí que a maneira como o ser humano se vê, influencia a maneira de agir, interferindo na maneira como se é visto pelos outros, e isso, acaba tornando-se um ciclo.

O resultado obtido pela análise foi que embora não se possa afirmar que houve um aumento na autoestima das participantes, visto que não foram realizadas uma pesquisa aprofundada dos níveis de autoestima de cada uma delas, ficaram evidentes que houve uma melhora geral de sentimentos como autoconfiança, aceitação positiva de si, segurança, alegria e conforto em todas as amostras do estudo. Sentimentos estes que podem contribuir para o aumento da autoestima.

Sabe-se que a autoestima não é algo estático, e sim um estado que pode variar no decorrer da vida, porém se trabalhada de forma adequada pode sim ser mantida e elevada.

O uso das roupas não pode ser um motivo de aumento de autoestima, mas o modo como o sujeito se comporta através dela pode ser um caminho para se conhecer melhor e então melhorar a sua autoestima.

Cabe lembrar que o uso de roupas é apenas um aspecto de influência no aumento de autoestima, e que devem ser analisados e trabalhados junto com uma gama de acontecimentos e vivências de uma pessoa.

Assim podemos afirmar que o uso de determinados looks de moda pode alavancar a autoestima de uma mulher de classe média da cidade de Criciúma, despertando sentimentos de autoconfiança, aceitação positiva de si mesmo, e segurança. Tais fatores, no entanto devem ser analisados juntamente com todo um contexto de vida.

Deste modo sugere-se assim um estudo um pouco mais aprofundado e num período de tempo maior, onde se tenha acesso a aspectos pessoais e sociais da vida dos participantes a fim de se chegar a resultados mais abrangentes.

O resultado deste estudo mostra a importância de um olhar especial das pessoas em relação as suas roupas. Sugere-se que as pessoas passem a valorizar mais o ato de vestir, dando maior atenção em como se sentem com determinadas roupas, visto que este processo e estas escolhas podem impactar no dia a dia do sujeito. Estar atento a estes detalhes, se perceber melhor, se permitir sentir pode fazer muita diferença em suas vidas. Sendo um passo a mais para uma autoestima mais elevada.

## REFERÊNCIAS

- ARAUJO, Leonardo Carneiro de. **A Teoria Das Cores De Goethe**. 2005. Disponível em: < <https://pt.scribd.com/document/343086441/A-Teoria-Das-Cores-de-Goethe-Leonardo-Carneiro-de-Araujo>>. Acesso em: 10 abr. 2019.
- AVELAR, Suzana. **Moda: globalização e novas tecnologias**. 2. ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores Editora, 2011.
- CAIRO, Cristina. **Linguagem do corpo 2: Saúde e Beleza**. São Paulo: Mercuryo, 2001.
- CASTILHO, Kathia; MARTINS, Marcelo. Discurso de moda: Semiótica, design, corpo. **Moda & Comunicação**. São Paulo, SP: Anhembi Morumbi, 2005. 112p.
- EMBACHER, Airton. **Moda e identidade: a construção de um estilo próprio**. São Paulo, SP: Anhembi Morumbi, 1999. 125 p
- GUERRA, Cristina. **Moda intuitiva: um “não manual” para ajudar você a descobrir o seu próprio estilo**. São Paulo: Lafonte, 2013. 192 p.
- FISCHER, Toby Mirkin. **O código do vestir: os significados ocultos da roupa feminina**. Rio de Janeiro (RJ): Rocco, 2001. 241 p.
- FLORIANI, F. M.; MARCANTE, M. D.S.; BRAGGIO, L. A. (SD) **Auto-estima e autoimagem: a relação com a estética**. Disponível em: < <http://siaibib01.univali.br/pdf/Flavia%20Monique%20Floriani,%20M%C3%A1rgara%20Dayana%20da%20Silva%20Marcante.pdf> >. Acesso em: 20 nov. 2018.
- HELLER, Eva. **A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão**. São Paulo (SP): Gustavo Gili, 2013. 311 p.
- HALLAWEL, Philip- **Visagismo Integrado- Identidade, estilo e beleza** - São Paulo: SENAC- SP, 2010.
- JONAITIS, Kamila Andressa Camargo, EMILIANO, Silvani. **A importância das técnicas e conceitos do visagismo aplicadas na área da estética e imagem pessoal**. Tecnologia em Estética e Imagem Pessoal da Universidade Tuiuti do Paraná, Curitiba/PR. Disponível em: <<https://docplayer.com.br/52577134-A-importancia-das-tecnicas-e-conceitos-do-visagismo-aplicadas-na-area-da-estetica-e-imagem-pessoal.html>> . Acesso em: 01 mar. 2019.
- LANGE , Aline Inge. **Da moda à psicologia: um estudo sobre o comportamento do consumidor**. Brasil: Nuvenegra, 2014. Disponível em:< [https://www.amazon.com.br/Moda-Psicologia-estudo-comportamento-consumidor-ebook/dp/B00LBOW7IM/ref=sr\\_1\\_1?qid=1559755404&refinements=p\\_27%3AAline+Lange&s=digital-text&sr=1-1&text=Aline+Lange](https://www.amazon.com.br/Moda-Psicologia-estudo-comportamento-consumidor-ebook/dp/B00LBOW7IM/ref=sr_1_1?qid=1559755404&refinements=p_27%3AAline+Lange&s=digital-text&sr=1-1&text=Aline+Lange) >. Acesso em: 12 maio 2019.
- LOTZ, Hermann. **Microcosmus: an essay concerning man and his relation to the world**. German: T e T Clark, 1881. Disponível em:<

<https://archive.org/details/microcosmusesay01lotzuoft/page/n7>>. Acesso em: 10 mar. 2019. v.1.

MAIR, Carolyn. **The Psychology of Fashion**. London, New York: Routledge. 2018, p.140

MICHAELIS. Dicionário prático da língua portuguesa. 2 ed. São Paulo: Melhoramentos, 2009. p.454

MOSQUERA, J.; STOBÄUS; C. Auto-imagem, auto-estima e auto-realização: qualidade de vida na Universidade. **Psicologia – Saúde & Doenças**. Lisboa: S.P.S.S; 2006. p. 83-88 Disponível em: <file:///C:/Users/Usuario/Desktop/Notas%20de%20Entrada/97.pdf> . Acesso em: 01 fev. 2019

MOTA, Maria Dolores de Brito. Moda e Subjetividade: Corpo, roupa e aparência em tempos ligeiros. In: UDESC. **Moda palavra e periódico**. Ano 1, n.2, p. 21-30, agosto, 2008. Disponível em: <http://revistas.udesc.br/index.php/modapalavra/article/view/7600>> . Acesso em: 05 out. 2018.

POSSEBON, Ennio Lamoglia. **A teoria das cores de Goethe hoje**. 2009. Tese (Doutorado em Design e Arquitetura) - Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/16/16134/tde-10052010-144639/pt-br.php> . Acesso em: 20 mar. 2019

REPULA, Daiane F., EMILIANO, Silvani **Visagismo como terapia auxiliar em indivíduos diagnosticados com depressão e baixa autoestima**. 2017. TCC ( Graduação em Tecnologia em Estética e Cosmética), Universidade Tuiuti, Paraná, 2017. Disponível em: < <http://tcconline.utp.br/media/tcc/2017/05/visagismo-como-terapia-auxiliar-em-individuos-diagnosticados-com-depressao-e-baixa-autoestima.pdf> >. Acesso em: 10 out. 2018.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez 2007. 304 p.

SILVEIRA, *Rosana Vaz et al.* **A identidade no comportamento do vestir na moda**. Paraiba: UFPB. Ano XIII, n. 08. Out., 2017. Disponível em: <http://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/tematica>. Acesso em: 2 jan. 2019.

SBICIGO, J. B., BANDEIRA, D. R., & DELL'AGLIO, D. D. (2010). Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR): Validade fatorial e consistência interna. **Scientific Research**. Psico-USF, 15(3), p. 395-403, 2010. Disponível em: < [https://www.scirp.org/\(S\(351jmbntvnsjt1aadkposzje\)\)/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1417802](https://www.scirp.org/(S(351jmbntvnsjt1aadkposzje))/reference/ReferencesPapers.aspx?ReferenceID=1417802) >. Acesso em: 10 out. 2018.

TREVISOL, Márcia Elisa Madeira. **Apostila de metodologia científica**. Criciúma, 2018-2. (Material catalogado para a disciplina de TCCI do Curso de Design de Moda UNESC\SENAI).

WATSON, Cecilia A. **The Sartorial Self**: William Jame's Philosophy os Dress. History of Psychology, American Psychological Association, Washington, v.7, n.3, p. 211-224, 2004. Disponível em: <[http://www.ceceliawatson.com/Cecelia\\_Watson/Curriculum\\_Vitae\\_files/Sartorial%20Self.pdf](http://www.ceceliawatson.com/Cecelia_Watson/Curriculum_Vitae_files/Sartorial%20Self.pdf)>. Acesso em: 02 abr. 2019.

ZANETTI, Cristina, RESENDE, Fernanda. **Vista quem você é**: descubra e aperfeiçoe seu estilo pessoal. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2013. 173 p.

## **APÊNDICE (S)**



## APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO INICIAL APLICADO ÀS PARTICIPANTES DA AMOSTRA



UNIVERSIDADE DO EXTREMO SUL CATARINENSE – UNESC  
SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL – SENAI  
CURSO: TECNÓLOGO EM DESIGN DE MODA

ACADÊMICA:

ORIENTADORA:

**FIESC SENAI**

### QUESTIONÁRIO DE PESQUISA ACADÊMICA

O presente questionário acadêmico faz parte da pesquisa “A moda como meio condutor para o desenvolvimento da autoestima de uma mulher” e tem como objetivo analisar relatos de vivências com looks de moda de três mulheres da cidade de Criciúma verificando se os mesmos propiciam um aumento da autoestima. Solicitamos sua contribuição nesta pesquisa, respondendo ao questionário inicial. Por outro lado, destacamos que os dados obtidos servirão apenas para análise da questão, sem identificar participante ou empresa.

Desde já agradecemos sua colaboração.

#### Dados pessoais

Nome:

Idade:

Profissão:

Estado civil:

Filhos:

#### Tempo

Em casa:

Trabalho:

Atividades Físicas:

Lazer:

**Perguntas**

- 1- Possui algum hobby?
- 2- Como é sua vida social?
- 3- Lugares que costuma frequentar?
- 4- Pessoas que convive?
- 5- Quais suas cores preferidas?
- 6- Que tipo de roupa gosta de comprar (vestido, saia, calça...)
- 7- Lugares que costuma comprar? Motivos?
- 8- Que tipo de roupas jamais usaria? Por quê?
- 9- Partes do corpo que mais gosta e menos gosta? Por quê?
- 10- Se pudesse mudar algo em você o que seria?
- 11- Cite alguma pessoa que se identifique ou admire? Por quê?
- 12- Que áreas gostaria de trabalhar como prioridade de vida?
- 13- Eu sou assim:
- 14- Eu nunca seria assim:
- 15- Eu adoraria ser assim

## **APÊNDICE B –RESPOSTAS QUESTIONÁRIO INICIAL APLICADO À PARTICIPANTE AMOSTRA M.M.A**

### **Dados pessoais**

Nome: M.M.A

Idade: 40

Profissão: Despachante e assessora para processos de cidadania italiana

Estado civil: solteira

Filhos: Não

Tempo

Em casa: 7 h

Trabalho: 12 h

Atividades Físicas 0 Horas

Lazer: finais de semana

### **Respostas**

- 1- Gosto de cozinhar e receber amigos e família, passear com meu cachorrinho.
- 2- Gosto de sair para comer em restaurantes, gosto muito de ir a praia, de receber pessoas em casa, participo todas as quintas e domingos dos cultos na igreja, gosto de visitar minha família.
- 3- Restaurantes cafés supermercado casa de familiares igreja  
Festas de família e amigos
- 4- Funcionários amigas família namorado
- 5- Tons pasteis tipo rosa claro, azul claro, branco.
- 6- Vestidos.
- 7- Belle così por ser loja de família e recebo as peças em casa

Lez a lez, m. Office também pela comodidade de receber as peças em casa, para provar com calma.

8- Jamais usaria roupa que deixa o corpo muito a mostra, porque tenho vergonha.

9- A que mais gosto, minhas mãos, acho elas bonitas. Menos gosto minha barriga, gostaria que fosse melhor.

10- Faria cirurgia no nariz e na barriga mais não tenho coragem.

11- Admiro muito meu pai e em algumas atitudes me identifico com ele. Por toda sua história de vida e pela pessoa que ele é.

12- Gosto do meu trabalho, penso em fazer faculdade de direito em breve.

13- Me visto mais social com saltos médio, saia, vestidos e camisas. Mais as vezes uso uma calça jeans com sapatilha.

14- Nunca usarei para sair roupa de academia.

15- Adoraria me vestir somente com roupas de alfaiataria, roupas mais esporte chique.

## **APÊNDICE C – RESPOSTAS QUESTIONÁRIO APLICADO À PARTICIPANTE DA AMOSTRA S.D.P**

### **Dados pessoais**

Nome: S.D.P

Idade: 36

Profissão: consultora de beleza mary kay

Estado civil: casada

Filhos: 1

### **Tempo**

Em casa: 5H

Trabalho: 9H

Atividades Físicas: 1H

Lazer: sexta sabado e domingo

### **Perguntas**

1-Pilates , ir ao shopping e passear com a família (filho e marido)

2- Sair para comer em restaurante, shopping, recebo pessoas em casa , costumo ir a missa nos domingos, vou a praia e viajar.

3- Casa de familiares, supermercado , igreja, casa dos amigos, restaurantes e shopping.

4- Marido, filho, família, pessoas do trabalho, pessoas que fazem pilates comigo, e professora.

5- Tons neutros como cinza , preto, branco, off white e nude

6- Blusas calças e shorts.

7- Belle cosi, por ser loja da amiga e ter roupas lindas. Feirão roluza por ficar a vontade para escolher as peças e ter preço mai acessível. E participar de feirões.

8- Não gosto de roupas muito curtas e que apareça a barriga.

9- Gosto da minha panturrilha pq parecem mais grossas, e não gosto da barriga por ter uma cicatrz e estar fora de forma.

10- Gostaria de colocar silicone nos seios, mas não tenho coragem, e fazer preenchimento nos lábios.

11- Admiro muito minha diretora, por ser batalhadora, uma pessoa simples, e pela sua historia, admiro também minha mãe e me identifico com ela.

12- Gosto do meu trabalho como consultora, mas sempre quis fazer psicologia, gostaria de montar uma loja de calçados ou roupas.

13- No dia a dia, roupas sociais que condizem com o meu trabalho, tais como vestido, calça social e camisa. Finais de semana calça e shorts jeans com blusinha, as vezes vestido ou saia.

14- Nunca usaria uma roupa que acho esquisita só por estar na moda. Por ex, um modelo de sapato ou roupa que acho estranho.

15 - Adoraria saber me vestir com roupas que me valorisassem mais , mas que não fugisse muito do que gosto , gostaria de ser mais chique, mais estilosa.

## **APENDICE D - RESPOSTAS DO QUESTIONÁRIO APLICADO À PARTICIPANTE DA AMOSTRA V.R.D**

### **Dados pessoais**

Nome: V. R. D

Idade: 54

Profissão: Professora

Estado civil: Divorciada

Filhos: 2

Tempo

Em casa: 3

Trabalho: 8

Atividades Físicas0

Lazer: 1

### **Perguntas**

01-Leitura e dança

02-Encontro com amigos família e grupo espiritualista

03-Casa de amigos restaurantes igreja trabalho Shopping cinema.

04-Convivo com pessoas de todas as idades adolescentes colegas de trabalho professores empresários, pessoa da área da área de saúde e etc.

05-Não tenho cores preferidas. Gosto de todas, depende da estação do ano, no inverno prefiro cores um pouco mais escuras tons mais escuros, porém sem preferência.

06- Vestido saia e calça, sempre gostei de vestidos e saias mais atualmente tenho usado mais calças, compro com mais frequência blusas.

07-Não tenho lugar fixo, normalmente compro em lojas menores, dando opção por algumas marcas que já conheço e vestem bem.

08-Não gosto de vestido longo, e não tenho habito de usar blazer, não gosto de calça de alfaiataria.

09- Nunca tive problemas com meu corpo, sempre usei roupas mais justas, que modelassem o corpo, saias e vestidos curtos que modelassem o corpo, dependendo da ocasião.

10- Hoje seria o peso, pois estou muito acima da média, e isso dificulta o uso das roupas que gosto.

11-Não me identifico, mas poderia admirar a Bionce pela determinação, foco, persistência, superação de limites, detalhista perfeccionista. Uma mulher que venceu.

12-Hoje o foco não é mais trabalho.

13-Gosto de ter tudo sobre controle.

14-Nunca seria uma pessoa sem fé. Primeiro lugar, Deus a frente de tudo.

15- Sem preocupações, vivendo um dia de cada vez, deixando tudo acontecer, livre leve e solta, não estar nem ai pro mundo, mas não é real.



**APENDICE E- RELATO DA VIVÊNCIA DA PARTICIPANTE DA AMOSTRA M.M.A**

Figura 1- Look 1



Fonte: Do autor.

“As roupa que a gente escolheu e eu usei hoje eu gostei bastante me senti muito bem durante todo dia me sentir bonita vi que as pessoas me olhavam me achavam bonita, me elogiaram é uma roupa que eu adorei a ideia de misturar o rock and roll ali da calça de Corino com o social eu acho que é uma roupa que eu fiquei próxima dos meus clientes, é eu vi que eu não transmite tanta formalidade Apesar de eu estar bem vestida de eu tá vestida social de está muito bem arrumada mas não apareceu assim tão formal onde que as pessoas chegam no escritório chegaram aqui durante o dia e viram alguém com uma roupa toda social toda formal que as vezes ate transmite um pouco de medo ne, para o cliente não vai fazer uma pergunta porque ai vai que ela não ache legal. Então eu achei bem legal eu nunca tinha usado assim , uma calça de couro com casaco Blazer social, misturado e uma regatinha de cetim então achei legal achei bem legal a ideia me senti muito bonita, com certeza vou usar vou repetir no meu dia realmente me senti muito bem todo dia fui almoçar, fui na massagem todos os lugares eu notei que as pessoas me viam e com certeza viu com admiração porque ficou muito bonito”.

Figura 2- Look 2



Fonte: Do autor.

“Hoje eu usei o vestido com essa jaqueta de couro e uma bota me senti bem, me senti muito bem vestida muito bonita um vestido muito confortável que eu nunca tinha usado durante o meu dia a dia para resolver as minhas tarefas do dia e achei muito legal eu tinha usado ele só para sair e achei interessante e não ficou uma cor só quando a gente colocou a jaquetinha de couro deu uma quebrada um pouquinho nesse vestido todo estampado e acho que a jaqueta de couro também ajudou a marcar minha cintura porque eu vestido ficava todo largão, eu tinha usado ele só para sair final de semana de rasteira, até mesmo na praia e eu achei legal não tinha colocado ele ainda no meu dia a dia para trabalhar para ir resolver as coisas nos cartórios e achei que ficou muito legal principalmente porque a jaqueta de couro deu essa marcadinha na minha cintura principalmente dividiu ali, acho que ficou até mais acinturadinho mais bonito. No começo quando coloquei ele achei que ele ficaria muito informal, porque eu só vestia ele assim, mas depois vi que não. Eu recebi elogios do meu namorado, ele achou diferente, e gostei disso. Acabei me sentindo bem confortável depois que falou.”

Figura 2- Look 2



Fonte: Do autor

“Hoje coloquei esse macacão para ir ao shopping, foi emprestado da loja Mabel, quando eu vi na loja ele tava com uma rasteira e eu não tinha pensado ainda nessa ideia de pôr um salto, um maxi colar de usar ele pra noite pra para sair, então quando veio essa ideia de usar à noite para ir ao shopping e eu fiquei meio assim, um macacão todo Largo, Achei que que ia ter que pôr um cinto alguma coisa para marcar a cintura, mas não, achei muito legal fui ao shopping com ele me senti muito bem me senti assim, arrumada porém não aquela pessoa que se arrumou para ir para o shopping que queria tá toda arrumadinha, não, me senti bem arrumada porém ao mesmo tempo eu estava despojada eu estava bem vestida mas estava com uma roupa legal para passar no shopping um macacão Largo que era social maxi colar e me senti muito bem e acredito que eu estava muito bonita e fui elogiada pelo meu namorado ele também achou muito legal a ideia achou bonito eu ter usado essa roupa assim mais folgadinha mais larguinha.”

Figura 3- Look 3



Fonte: Do autor

“Coloquei essa calça cor cáqui, com essa blusinha bege para ir na igreja, que foi um dos looks criados né, e eu achei muito legal eu jamais teria inventado de por essa calça cáqui com outra peça Clara, Eu sempre pensei em usar essa calça com uma blusa preta com alguma coisa que fosse escuro em cima ou uma blusa um pouquinho um caqui mais escuro marrom eu nunca tinha colocado assim com uma cor gelo e uma cor Clarinha e eu me achei muito bonita nesse dia. Fui na igreja Fiquei muito feliz a minha amiga me elogiou perguntou até onde que eu tinha comprado essa calça e essa t-shirt eu não sou muito de usar t shirt eu sempre procurava usar roupas camisas sociais roupas sociais, eu achei muito legal me senti muito bem usando uma t-shirt e com certeza eu vou trazer também pro meu dia a dia pros meus looks, até mesmo para sair à noite, eu era uma das pessoas que com certeza qualquer um ia ouvir dizer de mim, jamais vou usar camiseta principalmente para sair, jamais, mas eu me achei liinda com essa t-shirt e essa calça foi uma mistura de duas peças que eu jamais nunca em um momento que eu não tivesse alguém escolhendo para mim dizendo coloca que vai ficar legal, Eu faria, colocar uma pantacourt com uma t-shirt, não, no mínimo eu colocaria com uma camisa com uma blusa com pérola alguma coisa assim com pedras, mais assim liso e a calça, mas eu

amei esse look, mesmo me achei linda, hoje na igreja. Gostei tanto da minha roupa que queria sair mais pra me mostrar, rsrsrs, convidei meu namorado pra ir jantar, tava louca pra me aparecer... mas ai ele não quis... kkkk, mas deixa vou colocar ela de novo essa semana provavelmente.”

Figura 4- Look 4



Fonte: do autor

“Essa minha calça pantalone de listras eu comprei ela já algum tempo já usei muito ela eu adoro ela para ela ser pantalone ser mais larga ser mais social estilo de roupa que eu gosto só que eu nunca tinha usado ela com uma regatinha, sempre tinha usado de camisa então eu tenho uma camisa gelo que eu já usei ela eu tenho uma outra camisa transparente que ela é um pretinho assim mas transparente um preto meio fosco uma camisa que eu já usei mas com uma regatinha preta eu nunca tinha colocado tinha regatinha em casa tempo também mas eu nunca tinha pensado em colocar e hoje coloquei essa calça com essa gatinha preta para trabalhar me achei muito bonita adorei a ideia, Com certeza vou repetir outras vezes e também tô pensando até em olhar e comprar umas outras gatinhas pretas porque eu só tenho essa no armário mas achei legal a ideia de usar roupas lisas, roupas sem pedra sem muito detalhe que eu procurava os antes. Porque eu sempre quis um estilo mais

social, mas eu achava que pra ser mais social eu tinha que ser total social, e vi que não, eu consigo ficar mais arrumada sem ter que exagerar no social sabe. Ainda usando as roupinhas que gosto. Gostei.”

**APENDICE F- RELATO DA VIVÊNCIA DA PARTICIPANTE DA AMOSTRA S.D.P**

Figura 6- Look 1



Fonte: do autor

“Então quando eu coloquei essa roupa eu gostei, me senti confortável ao mesmo tempo me senti bonita a porque eu não sou acostumada a usar esse tipo de roupa, é uma roupa assim que não é assim aquela roupa chique para usar assim para eventos e festas, mas eu me senti assim bonita usando essa roupa , tipo assim eu acho que ficou um estilo mais despojado assim eu acho que é essa palavra e ao mesmo tempo eu fiquei confortável usando aquela roupa ali eu percebi que as pessoas olhavam, não sei pelo fato de que eu nunca ando assim e eu também me estranhei um pouco no começo daí a gente já acha que a pessoa já tá olhando para a gente né, Mas eu percebi isso também as pessoas olhavam, e me senti bem assim, gostei bastante . Achei um tipo assim ficou uma roupa não assim de festa como eu falei né chiquetosa mas ficou uma roupa estilosa foi isso que eu achei assim”.



Figura 7- Look 2



Fonte: do autor

“Eu fiquei o dia todo com essa roupa aí assim, essa roupa é um macacão que eu ganhei da minha sogra e eu usava ele sozinho, ele decotado e tal , usava com sandália mas desse jeito com uma t-shirt nunca tinha usado e eu gostei porque na verdade eu fui lá na minha sogra e ela disse assim : oh de roupa nova! aí eu falei ah é gostasse? gostei e tal , mas ela nem imaginava que é porque eu tinha colocado uma t-shirt em cima do macacão que ela mesmo tinha me dado, e um cinto tal daí ficou, eu achei que ficou bem estilosa assim a roupa que dá para usar de duas maneiras e eu me senti bem me senti confortável né, me senti bonita aí cheguei em casa fiz café Fiz almoço e continuei com a roupa e eu me senti até melhor usando uma roupa assim mas arrumadinha em casa . Eu gostei bastante assim de mudar a roupa que que no caso dá para usar as duas formas né que é o macacão que dá para usar com t-shirt por cima eu gostei bastante”.



Figura 8- Look 3



Fonte: do autor

“Então eu coloquei essa roupa para sair agora à noite mas eu achava que eu só poderia usar ela noite mas eu percebi e pensando eu consigo, eu acredito que eu consigo usar ela tranquilamente assim tipo para ir no restaurante almoçar que eu não vou me sentir mal porque eu sempre pensava que quando eu colocasse uma saia de couro eu teria que usar à noite ou numa balada que seria uma roupa de piriguete, mas colocando essa blusinha que é uma blusinha tapadinha né e esse casaco por cima, eu me senti melhor, me senti bonita e elegante mas ao mesmo tempo me senti confortável usando essa roupa gostei bastante também. E Também assim ó quando eu colocava essa saia, se eu colocar uma blusa muito curta ou cropped alguma coisa que aparecesse de mais eu achava que seria vulgar e eu ficava com vergonha tipo e eu não tinha confiança em mim mesmo está usando essa roupa, mas colocando essa blusinha e ao mesmo tempo que ela aparece um pouquinho assim na barriga mas ela é uma blusinha mais tapadinha e colocando com essa saia eu já não me sinto mais com vergonha tipo eu já me sinto bem já não me sinto assim como é que eu vou dizer vulgar como eu tinha falado anteriormente e me sinto mais confiante também em estar usando a roupa e me sentindo bem, me sentindo bonita que as pessoas me olharam mas não me olharam com olhar de vulgaridade sabe, me olharam porque eu

estava elegante usando uma roupa bonita e eu estava bem vestida foi isso que eu me senti também”.

Figura 9 – Look 4



Fonte: do autor

“Então eu usei essa roupa durante o dia e eu me amei assim, com essa roupa porque eu gosto muito desse colete que eu tenho e gosto muito de usar calça flare mas eu achava que eu tinha que usar calça flare e colete de pêlo só quando eu fosse sair ou quando fosse a noite para sair né , então coloquei essa roupa de dia e me amei assim gostei bastante e essa blusinha que eu tô em baixo também eu não sabia como assim usar não sabia com o que combinar por ser uma blusa branquinha mas, não conseguia combinar e não usava ficou no guarda-roupa bastante tempo até, e daí eu botei com essa roupa aqui eu gostei bastante me senti bem usando com esse colete e eu percebi que as pessoas me olhavam porque eu me achei elegante com a roupa me achei bonita fiquei confiante com a roupa me senti bem, me senti bem vestida né. Porque antes eu usava roupa a calça mais básica eu achava que a calça tinha que usar alguma coisa bem básica, mas não posso incrementar com outras coisas que eu não vou ficar como é que eu vou dizer, eu me achava que se eu colocasse muita coisa eu achava que eu ficaria igual uma paqueta cheia de roupa e

cheia de coisa mas não é porque a gente tem que saber combinar né, e eu me senti muito bem assim usando essa roupa não me achei uma paquita e me achei assim elegante né como eu falei anteriormente.”

Figura 10 – Look 05



Fonte: do autor

“Então eu gostei bastante dessa roupa assim desse jeito porque esse casaquinho Eu gosto bastante só que eu sempre Usei com calça Skinny nunca com calça flare e realmente ficou muito bom assim eu achei gostei bastante porque eu me senti mais bonita mais elegante mais chiquisinha tanto para sair como para trabalhar , me senti muito bem nessa roupa me senti mais assim como é que eu vou dizer animada, fiquei mais animada para trabalhar, para fazer as coisas porque daí eu tava me sentindo bonita né nessa essa roupa então a gente automaticamente a nossa autoestima se eleva um pouco quando a gente tá usando uma roupa, é o que eu penso né, e é isso eu gostei bastante dessa roupa”.

**APENDICE G- RELATO DA VIVÊNCIA DA PARTICIPANTE DA AMOSTRA V.R.D**

Figura 11- Look 1



Fonte: do autor

“Essa roupa quando eu vesti eu gostei bastante. Gostei da cor que na verdade eu gosto de vermelho eu gosto de cor forte e essa blusa também nesse corte reto me deixou bem à vontade né o vermelho é uma cor vibrante ,parece que me da forca, eu estava bem desanimada , e o vermelho pra mim tem esse poder, as vezes quando estou com algum problema na escola gosto de ir de vermelho, me deixa mais forte pra enfrentar os desafios, eu acho que o vermelho me traz esse poder, por isso sempre que uso me sinto poderosa. Gostei bastante”.

Figura 12- Look 2



Fonte: do autor

“Essa roupa fez eu me sentir bem à vontade, uma roupa por ser calça comprida né, pude usar, a blusa tem cor, alto astral, colorida apesar de ser uma roupa discreta por ser calça com o fundinho MAIS preto mas tenho colorido que eu gosto, fui AO cinema Foi uma noite excelente, a roupa ESTAVA ótima. Dentro da minha zona de conforto, eu gosto de estampas, mesmo que na parte de cima.”

Figura 13 – Look 3



Fonte: do autor

“Essa roupa básica, foi excelente, não tive que me preocupar, fui pro centro fazer umas voltas, é numa roupa que me deixou um pouco mais magra por ser preta, e muito confortável, sapatilha baixinha, sai fiz as minhas voltas, sem ter que pensar muito, nesta etapa da minha vida o que menos quero é ter que me preocupar com certas coisas. Eu tenho gostado de tudo que facilite minha vida e essa roupa foi muito isso, na verdade nem pensei muito sobre o assunto.”

Figura 13- Look 4



Fonte: do autor

“Vestido preto básico não tem nem muito que comentar, foi muito bom usar, uma roupa discreta tranquila, me senti muito bem com ele sem maiores comentários”.

Figura 14 – Look 5



Fonte: do autor

“Essa camisa é não é tão discreta né porque ela tem o tigrado, os tons ficaram harmoniosos com a saia, achei que ficou uma roupa elegante. E quando usei foi uma noite bem agradável me senti muito bem com ela, acho que é uma roupa também que levanta o astral uma roupa assim que chama um pouco mais, mas elegante”.